



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

DE BEJAIA.

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

Département des Sciences Commerciales

Mémoire de fin de Cycle

Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales

Option : Commerce International et Logistique

Thème

La chaîne logistique du sucre à l'international

Cas de CEVITAL

Réalisé par :

BAKOUR Nadjette

ANARAKDIM Siham

Encadré par :

M. BENNACER Nasreddine

Membres du jury :

Président : M. HARICHE

Examineur : M. AMZAL

Promotion 2017-2018

Remerciements

Nous tenons tout d'abord à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui nous a données la force et la patience d'accomplir ce modeste travail.

En second lieu, nous tenons à remercier notre encadreur, M. Bennacer, pour l'orientation, la confiance, la patience qui ont constitué un apport considérable sans lequel ce travail n'aurait pas pu être mené au bon port.

Nos remerciements s'étendent également à M. Slimani Fallahchef service facturation du département export du groupe CEVITAL, pour ses bonnes explications qui nous ont éclairées le chemin de la recherche et sa collaboration avec nous dans l'accomplissement de ce modeste travail.

Nos vifs remerciements vont également aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont porté à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail et de l'enrichir par leurs propositions.

Nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à tous les professeurs qui nous ont enseigné et qui par leurs compétences nous ont soutenus dans la poursuite de nos études.

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

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à :

*À mes très chers parents, pour tous leurs sacrifices, leur amour, leur tendresse, leur soutien
et leurs prières tout au long de mes études*

*À mon très cher mari qui m'a tout donné, encourager et qui ma soutenue depuis le début, que
dieu le garde pour moi,*

À mes frères Sarah et Lamine pour leurs soutiens et encouragements

*À mes trois grands-mères que j'aime de tout mon cœur, mes tentes et oncles, cousines et
cousins pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire.*

*À mes amis et particulièrement les plus proches, en témoignage des moments inoubliables,
des sentiments sincères, et des liens solides qui nous unissent.*

A mon très chère petit neveux Racim que j'aime de tous mon cœurs.

À toute la promotion de commerce international et logistique

Et tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail.

Sans oublier ma binôme Siham,

*Que ce travail soit l'accomplissement de vos vœux tant allégués, et le fruit de votre soutien
infaillible,*

Merci d'être toujours là pour moi

Nadjette

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à :

À mes très chers parents, pour tous leurs sacrifices, leur amour, leur tendresse, leur soutien et leurs prières tout au long de mes études

À mon Fiancé Nacereddine et à toute sa famille,

À mes frères Yanis et Amine pour leurs soutiens et encouragements

À ma très chère sœur Kahina et à sa petite famille que dieu vous garde pour moi

À mes tantes et oncles, cousines et cousins pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire

À mes amis et particulièrement les plus proches, en témoignage des moments inoubliables, des sentiments sincères, et des liens solides qui nous unissent.

À ma meilleure amie Louiza,

À toute la promotion de commerce international et logistique

Et tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail.

Sans oublier ma binôme Nadjette,

Que ce travail soit l'accomplissement de vos vœux tant allégués, et le fruit de votre soutien infailible,

Merci d'être toujours là pour moi.

Siham

Liste des abréviations

3 PL:Third Party Logistics

ASLOG:Association française pour la logistique des entreprises

BL: Bill Of Lading

CCI:Chambre de Commerce International

CFR: Cost and Freight

CI: Commerce International

CIF: Cost Insurance Freight

CIP: Carriage and Insurance Paid

CPT: Carriage Paid To

Credoc:CréditDocumentaire

CSCMP: Council of Supply Chain Management Professional

CUMP:CoûtUnitaireMoyenPondérer

DAP:Delivered at place

DAT:Delivered at Terminal

DDP:Delivered Duty Paid

DFC : Direction de Finance et Comptabilité

DLVI : Duplicata de Lettre de Voiture International

EXW: Ex Works

FAS: Free Along Side

FCA: Free Carrier

FIFO: First In First Out

FOB: Free On Board

IPCOC:inspection principal du control des opérations commercial

IPOC : Inspection Principal des Opérations Commerciales

IPS: Inspection Principal aux Sections

LIFO: Last In First Out

LTA : Lettre de Transport Aérien

LTR : Lettre de Transport Routier

MSC :Mediterranean Shipping Company

PEBD :Polyéthylène Basse Densité

PEHD :PolyÉthylène Haute Densité

PET :polyéthylène téréphtalate

PP : polypropylène

QHSE : Qualité Hygiène Sécurité et Environnement

SAGE:Logiciels et solutions de gestion d'entreprise

SC: Supply Chain

SCM: Supply Chain Management

SGS : Société Générale de Surveillance

SIGAD : Système d'Information de Gestion Automatisé de Douane

SPA:Société Par Action

SSCC: Serial Shipping Container Code

SWIFT:Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication

TCs:Conteneurs

VGM:volume globulaire moyen

ASN: Advanced Shipping Notice

D11:déclaration d'export définitive 1100.

BMT: Bejaia Méditerranéan Terminal

Incoterms :International Commercial Terms

T : Tonne

T/J : Tonne par Jour

Liste des figures

Figure N°1 : flux logistiques

Figure N°2 : représentations schématiques de la supply chain

Figure N°3 : Stratégie logistique d'entrepôt

Figure N°4 : Principe du barycentre

Figure N°5 : La méthode de centration

Figure N°6 : Emballage et conditionnement

Figure N°7 : code à barres

Figure N°8 : étiquetage

Figure N°9 : transpalettes à main

Figure N°10 : Développement de CEVITAL

Figure N°11 : Organigramme de CEVITAL

Figure N°12 : Directions intervenant dans l'exportation du sucre

Figure N°13 : Transporteur a bande

Figure N° 14 : Montant des ventes de sucre 2015

Figure N°15 : Montant des ventes de sucre 2016

Figure N°16 : Montant des ventes de sucre 2017

Figure N°17 : Comparaison du CA des exportations de sucre pour l'année 2015, 2016 et 2017

Liste des tableaux

Tableau N°1 : Avantage et inconvénient du représentant à l'étranger

Tableau N°2 : Avantage et inconvénient de la succursale

Tableau N°3 : Avantage et inconvénient de la filiale de distribution

Tableau N°4 : Avantage et inconvénient de la filiale de production

Tableau N°5 : Avantage et inconvénient de l'agent

Tableau N°6 : Avantage et inconvénient de l'importateur

Tableau N°7 : Avantage et inconvénient du bureau d'achat à l'étranger

Tableau N°8 : Avantage et inconvénient des transferts et des technologies

Tableau N°9 : Avantage et inconvénient des transferts du portage ou le parrainage

Tableau N°10 : Conditionnement des bouteilles d'eau

Tableau N°11 : Nombre de TCs exporté depuis 2013 jusqu'à 2017

Tableau N°12 : Liste des pays importateurs de sucre blanc de CEVITAL

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre I : Introduction au commerce international.....	04
Section 01 : Notions générales sur le commerce international.....	04
Section 02 : Les modes d'accès aux marchés international.....	15
Section 03 : Financement du commerce extérieure	27
Chapitre II : Considérations théoriques générales sur la logistique.....	36
Section 01 : Présentation de la logistique.....	36
Section 02 : Généralités sur la supply chain.....	45
Section 03 : Gestion d'entrepôt et plate-forme logistique.....	49
Chapitre III : Suivi de la chaine logistique de l'exportation du sucre au sein de CEVITAL...67	
Section 01 : Identification du groupe CEVITAL.....	67
Section 02 : L'organisation logistique d'exportation du sucre.....	80
Section 03 : Quelques données sur l'exportation du sucre de 2015,2016 et 2017.....	87
Conclusion générale.....	94
Référence bibliographique.....	I
Annexes.....	IV
Table des matières.....	XX

Introduction générale

Introduction générale

Dans un contexte de mondialisation, la libéralisation progressive des relations économiques internationales et l'intégration des économies nationales, sont accompagnées d'une augmentation spectaculaire des échanges commerciaux et des mouvements internationaux de capitaux. Le commerce dépend surtout de l'habileté productive d'un pays, c'est-à-dire de sa capacité à produire un bien ou un service avec un meilleur rapport qualité-prix qu'un autre pays.

Grâce à la mondialisation et à l'ouverture des marchés, le consommateur fait face à un meilleur accès aux produits étrangers, qui lui permettent de choisir une plus large gamme de produits et de bénéficier de meilleurs prix. Le commerce évolue de plus en plus à l'international ce qui crée une forte concurrence mondiale.

La mise en œuvre d'une exportation ou d'une importation exige le consentement des deux parties (acheteur et vendeur). Cet accord se matérialise, en général, par un contrat de vente qui a pour but de répartir les frais et risques entre le vendeur et l'acheteur. La rédaction du contrat est primordiale, car elle facilite les échanges et surtout, évite les contestations. Le contrat de vente internationale est régi par de différentes règles dont l'objectif est d'harmoniser et faciliter les échanges internationaux. Afin de faciliter ces derniers, et de livrer la marchandise dans de bonnes conditions et dans les délais les plus brefs, la maîtrise de la chaîne logistique est importante au sein de l'entreprise, car elle assure l'écoulement du produit vers le client dans les brefs délais et à moindres coûts. La satisfaction de ce dernier dépend d'une bonne synchronisation des opérations logistiques.

D'une manière générale, les entreprises économiques, quelle que soit la nature de leurs activités (prestation de services, réalisation des projets, revente en l'état des produits, production...) cherche à minimiser les coûts et à maximiser les profits afin d'arriver à un niveau précis pour pouvoir être concurrencé. Les entreprises qui interviennent dans le commerce international, que ce soit à l'importation ou à l'exportation de diverses marchandises sont tenues de maîtriser et d'une manière adéquate l'ensemble des procédures et des opérations logistiques qui sont connues sous l'appellation de la chaîne logistique du commerce international.

L'ensemble des entreprises partenaires forme un réseau ou « chaîne logistique » dédié à la production de produits finis pour les entreprises clientes. Lorsqu'une marchandise est exportée d'un pays à un autre, le principal souci de l'exportateur est que la marchandise en question arrive à bon port sans dégradation, sans blocage lié à la réglementation de chaque pays traversé, dans les délais et selon le coût estimé. Toutes les étapes de la livraison constituent la logistique internationale, dépassant largement le domaine du transport international.

CEVITAL qui est une grande entreprise agroalimentaire située au niveau de la wilaya de Bejaia est un bon exemple en matière de gestion de la chaîne logistique. Elle a procédé à la création d'une filiale de logistique appelée « Numilog » spécialisée dans le transport de ses produits au niveau national. En outre, elle importe des matières premières et des équipements pour ses besoins de production, et exporte des produits finis (sucre et matières grasses), ce qui lui requiert, également, une maîtrise de la chaîne logistique à l'international. Notre présent travail s'oriente davantage vers la compréhension de cette démarche logistique adoptée par l'entreprise CEVITAL lors de ses opérations d'exportation du sucre. Ainsi, il aura pour objectif de répondre à la problématique suivante :

Comment se déroule une opération d'exportation du sucre blanc effectuée par l'entreprise CEVITAL ?

De cette question principale découlent les questions secondaires :

Q1 : L'entreprise CEVITAL fait-elle appel à des intermédiaires lors de ses opérations d'exportation du sucre ?

Q2 : Jusqu'à où se limite l'intervention logistique de CEVITAL lors de ses exportations du sucre blanc ?

Pour tenter de répondre à ces questions, nous avons élaboré un cadre de recherche qui s'appuie sur les deux hypothèses suivantes :

H1 : L'entreprise CEVITAL fait appel à des intermédiaires lors de ses opérations d'exportation. Ces partenaires prennent en charge la prospection des marchés, ce qui constitue un gain de temps important pour l'entreprise CEVITAL.

H2 : Les interventions logistiques liées à l'exportation de sucre blanc s'inscrivent dans une stratégie de minimisation des coûts liées aux exportations et de minimisation des risques.

Pour pouvoir éclairer notre problématique, nous adoptons une démarche méthodologique reposant sur des recherches bibliographiques et documentaires dans un premier lieu. En suite dans un second lieu, nous avons été amenées à effectuer un stage pratique au sein de l'entreprise CEVITAL d'une durée d'un mois qui nous a permis de suivre toutes les étapes d'une logistique liée à l'exportation du sucre.

Notre travail est structuré en trois chapitres :

Un premier chapitre dans lequel nous aborderons des généralités sur le commerce international à savoir : sa présentation, le mode d'accès à l'international et enfin, le financement du commerce international.

Le deuxième chapitre est consacré à l'appréhension des notions de la logistique et de la chaîne logistique ainsi qu'à la compréhension des éléments se rapportant à la gestion d'entrepôt et de la plate-forme logistique.

Dans le dernier chapitre, nous nous sommes intéressées aux différentes étapes logistiques sur lesquelles reposent les opérations d'exportations du sucre opérées par l'entreprise CEVITAL.

Chapitre I
Introduction au commerce
international

Chapitre I : Introduction au commerce international

Introduction

La participation au commerce international est susceptible de procurer certains bénéfices, car elle permet à un pays de tirer parti de ses avantages comparatifs, d'exploiter des économies d'échelle et de garantir le jeu de la concurrence, ce qui renforce la diversité des produits et, potentiellement, la stabilité des marchés.

L'importance du commerce international dans l'activité économique mondiale est un fait acquis. Non seulement l'histoire des faits économiques indique à quel point le développement a été fondé sur le commerce international (CI), mais tout au long de l'histoire, le commerce international a pu être déterminant dans les rapports économiques, sociaux et politiques des États¹.

Les entreprises qui souhaitent se développer à l'international disposent de plusieurs options soit elles exportent au départ de leurs pays d'origine vers d'autres pays soit elles décident de s'implanter à l'étranger.

Dans ce chapitre nous allons introduire le commerce international ou il est scindé en trois sections, dans la première sa sera une généralités sur le commerce international, ensuite nous verrons quels sont les modes d'accès aux marchés internationaux, et enfin le financement du commerce extérieur.

1. Notions générales sur le commerce international

Le commerce international a connu plusieurs mouvements depuis le XXe siècle autant sur le plan historique que théorique.

Le commerce international n'est pas une question de définition. Si, aujourd'hui, le concept est entendu dans le sens de transactions entre habitants de différents pays, il y a tout

¹MALEMBE MEMBAB (F), « incidence de commerce international », université chrétienne, licence en gestion et commerce international, 2008, P1.

de même lieu de reconnaître l'arbitraire d'une telle définition puisque les frontières nationales sont le reflet d'événements historiques².

Le commerce international représente l'ensemble de flux de biens, de services, et de capitaux entre différents espaces économiques et différentes nationalités.

« Le Commerce international est un flux de marchandises (biens) faisant l'objet d'un échange entre les espaces économiques nationaux ; il est mesuré par le total des exportations (importations) mondiales. Au sens large, sont également comptabilisés les flux de services dont l'importance progresse dans les échanges internationaux ». ³

1.1. Les documents utilisés dans le commerce international

En matière de commerce international il existe quatre catégories de documents à savoir :

- les documents de prix
- les documents de transport
- les documents d'assurance
- les documents annexes

1.1.1. Les documents de prix

Les documents des prix comportent des renseignements sur le vendeur et l'acheteur (raison sociale, adresse, etc. ...) sur la marchandise (natures, quantités, poids ...) sur les prix (unitaires, totaux ...) et sur les conditions de vente (incoterms, FOB, CAF, etc...). Dans le document de prix, on trouve :

1.1.1.1. La facture pro forma

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

²Nyahoho Emmanuel et Proulx, Pierre-Paul. Le commerce international. Presses de l'Université du Québec, Edition N°4, 2011, P21

³Krugman, Édition Raphaëlle Mourey et Céline Weber, Dictionnaire d'économie et des sciences sociales, 8e édition, 2012, P85

1.1.1.2. La facture commerciale

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

1.1.1.3. La facture consulaire

La facture consulaire est un document établi par le vendeur, visé par le consulat du pays de l'importateur authentifiant l'origine et la valeur des marchandises, et sa description détaillée dans la langue nationale du destinataire et suivre le tarif douanier de ce pays⁴.

1.1.1.4. La note de frais

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

1.1.2. Les documents de transport

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

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

1.1.2.1. Le connaissement maritime (bill of lading)

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

« Le contrat de transport se concrétise au travers du connaissement qui est aussi, en transport maritime, un titre représentatif de la marchandise. Par ce document, le capitaine reconnaît qu'il a reçu des marchandises à bord et qu'il s'engage à les remettre en bon état au

⁴BERNET (R) : « Principe de technique bancaire », 25^{ème} éditions DUNOD, paris, 2008, P.355.

lieu de destination. Ce document est obligatoire, il constitue pour le chargeur un reçu de la marchandise. Le capitaine ou l'agent maritime remettent le connaissement en échange du reçu du bord, c'est-à-dire du bon d'embarquement. L'original reste la propriété du capitaine, des exemplaires sont donnés ont récépissé au chargeur.»⁵

1.1.2.2. La lettre de transport aérien (LTA)

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

1.1.2.3. Le duplicata de lettre de voiture internationale DLVI

Le DLVI est un reçu d'expédition d'une marchandise adressé à l'étranger par voie ferroviaire, elle atteste la prise en charge de la marchandise et l'acceptation de la livrée au destinataire, elle est établie par l'expéditeur et la compagnie de transport. L'originale est remise au destinataire alors qu'une copie est renvoyée à l'expéditeur⁶.

1.1.2.4. La lettre de transport routier

La LTR est émise par le chargeur qui est le transporteur, il s'engage à prendre en charge et a livré la marchandise au point de destination désigné. Elle possède les mêmes caractéristiques que la DLTI et LTA⁷.

1.1.3. Les documents d'assurance

Les marchandises faisant objet du commerce international sont souvent soumises à des risques très importants, donc pour faire face à ces risques, les importateurs souscrivent une assurance pour les marchandises qu'ils importent, auprès d'une compagnie d'assurance. On trouve deux types d'assurance : ⁸

⁵ Marie-Madeleine Damien : « transport et logistique », DUNOD, paris, 2001, P .115

⁶ NAJI (J) ; « le commerce international : théories, techniques et applications », édition RENOUVEAU PEDAGOGIQUE INC, 2005, p 262

⁷ LEGRAND (G) et MARTINI (H) « commerce international », Dunod, Paris, 2008.

⁸ PAVEAU. (J), DUPHIL(F) et les autres « exporter ; pratique de commerce international », 2008, p 201

1.1.3.1. La police flottante ou police d'abonnement

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

1.1.3.2. La police au voyage

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

1.1.4. Les documents annexes

Les documents annexes⁹ sont des documents demandés par l'importateur à l'exportateur pour s'assurer des caractéristiques de la marchandise. Sa le rassure sur la qualité, conformité et la quantité.

1.1.4.1. Certificat de poids

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

1.1.4.2. Certificat d'origine

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

1.1.4.3. Certificat de qualité

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

1.1.4.4. Certificat d'inspection

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

⁹ GARSUAULT(P), PRIAMI(S), « La Banque : Fonctionnement et Stratégies », édition ECONOMICA, Paris, 2002, p137

1.1.4.5. Note de poids et liste de colisage (packinglist)

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

1.1.4.6. Certificat sanitaire, vétérinaire et phytosanitaire

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

1.1.4.7. Certificat d'agréege

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

1.1.4.8. Certificat de circulation

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

1.1.4.9. Certificat d'analyse

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

1.2. Les Incoterms

Après des années du développement et de l'évolution du commerce à l'international certains se demandaient avant d'envisager un transport à quel moment les risques et les frais sont-ils transférés à l'acheteur, pour ceux-là, la chambre de commerce international a décidé de créer une série de règles désignées sous le nom INCOTERMS « INternationalCOmmercial TERMS » qui devraient répondre à leurs attentes.

1.2.1. Définition

Les incoterms « international commercial terms » définissent, dans le cadre d'un contrat commercial, les obligations réciproques du vendeur et de l'acheteur occasionnées par le déplacement des marchandises, sur le triple plan des risques, des frais, et des documents. Ils

sont remaniés tous les dix ans afin de suivre l'évolution de pratique des entreprises. C'est ainsi qu'en 2010, la chambre de commerce international (CCI) a édité la publication n° 720, version applicable depuis 1er janvier 2011 comprenant onze incoterms¹⁰.

1.2.2. Classification des Incoterms

L'incoterm est une stipulation du contrat de vente qui fixe la livraison et la répartition des coûts nécessaires à l'acheminement de la marchandise ainsi que les transferts de risques de celle-ci :

➤ **EXW – ExWorks**

Avec sa signification sortie usine cet incoterm représente l'obligation minimale pour le vendeur. Il n'a qu'une responsabilité c'est mettre la marchandise dans des emballages adaptés au transport de son client dans ses propres locaux. Par contre l'acheteur supporte tous les frais et risques liés au transport depuis l'usine au lieu de destination. Si l'acheteur souhaite que le chargement de la marchandise au départ soit assuré par le vendeur, cela doit être précisé clairement dans le contrat de vente, pour lui permettre d'assurer l'expédition de sa marchandise en toute sécurité.

➤ **FCA - Free Carrier**

Il existe deux possibilités pour le vendeur lors de la livraison des marchandises à son client : soit dans ses locaux soit dans un lieu négocié avec l'acheteur :

- 1^{er} cas dans les locaux du vendeur : une fois l'acheteur choisit le mode de transport ou le transporteur logistique, le vendeur doit s'occuper du chargement des marchandises convenablement sur le véhicule fourni par l'importateur, quand les marchandises sont embarquées dans le camion, elles deviennent sous la responsabilité de l'acheteur. Alors le camion devient le lieu du transfert du risque entre le fournisseur et son client.
- 2^e cas dans le lieu choisi par le client : c'est toujours à l'acheteur de choisir le mode de transport et de payer le transport principal. Les deux intermédiaires doivent déterminer un lieu de remise de marchandises c'est-à-dire un terminal ferroviaire, portuaire ou aéroportuaire ou encore une plate-forme de groupage, donc le vendeur doit charger la marchandise dans le transport fourni par lui-même et s'occupe

¹⁰Duhautbout Dominique, Brulé Thierry et Cauro Pascal, édition Foucher, 2017, P29

des formalités douanières à l'exportation et livre la marchandise à son client au lieu convenu. À partir de là, les frais et les risques deviennent sous la responsabilité de l'acheteur.

➤ **FAS - Free AlongsideShip**

Les obligations du vendeur sont remplies lorsque la marchandise est dédouanée, et placée le long du navire c'est-à-dire sur le quai d'embarquement convenu. À partir de ce moment, l'acheteur supportera tous les frais et risques qui peuvent endommager ces marchandises.

➤ **FOB - Free on board**

Un contrat de type FOB, oblige le vendeur de livrer la marchandise une fois elle est à bord du navire et au port d'embarquement désigné par l'acheteur. Aussi les formalités douanières à l'export sont à la charge du vendeur. Ensuite, l'acheteur paie le fret maritime et supporte les frais et risques que peut encourir sa marchandise.

➤ **CFR - Cost and Freight**

Dans le cas où l'incoterm choisi est le CFR, l'acheteur donne le choix au vendeur de choisir le transporteur et de payer le fret jusqu'au port de destination convenu ainsi que le chargement de la marchandise à bord du navire et les formalités douanières. Par contre, les risques et le déchargement de la marchandise sont à la charge de l'acheteur. Pour ce qui est des documents, le vendeur doit fournir à ses propres frais les documents de transport visuel jusqu'au port de destination qui couvrira les marchandises contractuelles afin de lui servir et valoir.

➤ **CIF - Cost, Insurance, Freight**

C'est l'association de l'incoterm CFR avec une assurance, c'est-à-dire une fois que le vendeur choisit le transporteur, s'occupe des formalités douanières et paie le fret, il doit souscrire une assurance pour supporter les risques et dommages que peut supporter la marchandise durant le transport et c'est à la volonté de l'acheteur. Tout en sachant que le vendeur ne supporte pas les risques, c'est la compagnie d'assurance qui sera la responsable.

➤ **CPT - CarriagePaid To**

Le vendeur maîtrise la chaîne logistique. Après avoir pris en charge le dédouanement export, il choisit les transporteurs et paie les frais jusqu'au lieu convenu. Les risques d'avaries ou perte sont supportés par l'acheteur à partir du moment où les marchandises ont été remises

au premier transporteur. Ensuite, l'acheteur prend en charge le dédouanement import et les frais de déchargement.

➤ **CIP - Carriage and Insurance Paid**

Le CIP est identique au CPT, mais le vendeur doit fournir en plus une assurance transport, conclut le contrat de transport, paie le fret et la prime d'assurance. Les risques d'avaries ou perte sont supportés par l'acheteur à partir du moment où les marchandises ont été remises au premier transporteur. Ensuite, l'acheteur prend en charge le dédouanement import et les frais de déchargement. Selon le terme CIP le vendeur n'est tenu de souscrire l'assurance que pour une couverture minimale. Si l'acheteur souhaite être protégé par une couverture d'assurance plus large, il lui faudra, dans ces conditions, obtenir l'accord du vendeur, ou bien souscrire lui-même une assurance complémentaire.

➤ **DAT - (Rendu au terminal, terminal convenu au port ou au lieu de destination)**

Le vendeur doit livrer les marchandises en les mettant à la disposition de l'acheteur au terminal convenu dans le port ou au lieu de destination, à la date ou dans les délais convenus. Le vendeur doit conclure à ses propres frais un contrat pour le transport de marchandises jusqu'à ce terminal et décharger les marchandises du moyen de transport arrivant. Le vendeur n'a pas l'obligation vis-à-vis de l'acheteur de conclure un contrat d'assurance. Il doit, néanmoins, fournir à l'acheteur, à ses propres frais, le document lui permettant de prendre livraison des marchandises. L'Incoterm DAT oblige le vendeur à dédouaner les marchandises à l'export. Cependant, il n'a aucune obligation d'effectuer le dédouanement à l'import. Acheteur doit prendre livraison des marchandises dès qu'elles ont été livrées et payer leur prix comme prévu dans le contrat de vente. L'acheteur doit en outre aviser le vendeur de la nécessité de lui fournir toute information relative à la sécurité dont il aurait besoin pour l'exportation, l'importation, le transport des marchandises à leur destination finale. Cette règle Incoterms a été créée spécifiquement pour le transport conteneurisé. Elle est aussi adaptée au transport maritime conventionnel lorsque le vendeur veut conserver les risques du déchargement du navire au port de destination. Il convient dans ce cas de préciser le lieu de mise à disposition (quai, sous palan...).

➤ **DAP - (Rendu au lieu de destination, lieu convenu)**

Le vendeur doit livrer les marchandises en les mettant à la disposition de l'acheteur, sur le moyen de transport d'approche prêt pour le déchargement, au lieu de destination

convenu. Il doit dédouaner les marchandises à l'export, cependant il n'a aucune obligation de dédouaner les marchandises à l'import. Le vendeur doit conclure à ses propres frais un contrat pour le transport de marchandises au lieu de destination convenu et les décharger à l'arrivée du moyen de transport arrivant. Le vendeur n'a pas l'obligation, vis-à-vis de l'acheteur, de conclure un contrat d'assurance. Il doit aussi fournir à ses propres frais à l'acheteur le document lui permettant de prendre livraison des marchandises. L'acheteur doit payer le prix des marchandises comme prévu dans le contrat de vente et prendre livraison de ces marchandises dès qu'elles ont été livrées.

➤ **DDP - DeliveredDutyPaid**

Le terme DDP est exactement l'opposé de EXW, le vendeur a ici l'obligation maximale. Les transferts de frais et de risques se font à la livraison chez l'acheteur. Le dédouanement import et à sa charge également. L'acheteur prend livraison au lieu de destination convenue et paye les frais de déchargement. Il doit également aviser le vendeur de la nécessité de lui fournir toute information relative à la sécurité dont il aurait besoin pour l'exportation, l'importation, le transport des marchandises à leur destination finale. DDP versus EXW¹¹

1.2.3. Objectifs des INCOTERMS

Les objectifs poursuivis par la réforme 2010 des Incoterms sont nombreux et divers. Parmi ces objectifs :

- Intégrer la problématique de sûreté dans la démarche du commerce international ;
- Alléger le corps des règles ;
- Simplifier la compréhension et l'utilisation des règles de la CCI ;
- Prendre en compte les métamorphoses des cartes économiques du monde.

1.2.3.1. Intégration de la problématique de sûreté dans la démarche du commerce international

Depuis les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis d'Amérique, tous les acteurs du commerce mondial sont conscients des incidences des actes terroristes sur le développement du commerce international. Pour cela le but des incoterms 2010 est de faire de

¹¹<https://www.objectif-import-export.fr/fr/export/fiches-export/incoterms-2010> en date du 30/04/2018 à 14h

la sureté préventive, l'une des obligations à répartir entre le vendeur et l'acheteur en fonction de leurs choix. En terme de fond, à savoir la volonté de la Chambre de Commerce international de fédérer les États-Unis à l'usage régulier de ces nouvelles règles en lieu et place de leur traditionnel Uniform Commercial Code qui, est de nature à pénaliser les relations commerciales avec ce pays.

1.2.3.2. Allègement du corps des règles

Les différentes enquêtes menées par la chambre de commerce international ont trouvé que quatre incoterms ne sont que rarement et inefficacement utilisés. Donc c'est pour cela que la chambre de commerce international a décidé de revoir et de rapporter une évolution à ceux-ci, en incorporant les incoterms qui ont des ressemblances, pour aboutir à 11 incoterms en 2010

1.2.3.3. Simplification de l'utilisation des incoterms

Les incoterms ne sont pas obligatoires tant que les parties n'en font pas clairement et expressément mention dans leurs contrats commerciaux. La version 2010 affiche une vocation à en simplifier la lecture et l'assimilation. Cela va aider la compréhension du vendeur et de l'acheteur vu que les achats à l'international sont complexes.

1.2.3.4. Prise en compte des métamorphoses des cartes économiques du monde

Par la création de zones de libres échanges commerciaux tels que l'Union européenne, la Communauté Economique et Monétaire d'Afrique Centrale, etc., les gouvernements modernes ont obligé l'analyse économique à reconsidérer la définition que l'on pourrait aujourd'hui retenir des notions telles que « Exportations » ou « Importations », ce qui n'aura pas manqué d'influencer la réforme actuelle des incoterms.

Le commerce international est in monde très complexe avant de se lancé sur le marché étranger, il faut bien connaitre les notions de base, bien négocier le contrat de vente et surtout bien choisir l'incoterm a utilisé, sachant qu'on Algérie le transport maritime et le transport le plus utilisé pour exporter ou même importé pour cela les entreprises utilisent que deux incoterms maritimes qui sont le FOB et le CFR.

2. Les modes d'accès aux marchés étrangers

Avec l'évolution du commerce de nos jours, les entreprises cherchent à développer leurs activités sur d'autres marchés étrangers. La mise à disposition du consommateur étranger d'un produit nécessite d'utiliser un circuit de distribution, ce circuit est composé d'un ensemble d'intermédiaires qui contribuent à acheminer le produit du producteur au consommateur.

La question à poser est comment le produit de l'exportateur arrivera-t-il au consommateur étranger ? Comment va-t-il faire accéder son produit aux marchés extérieurs ?

Pour s'internationaliser, une entreprise dispose de multiples de possibilités. Trois formules s'offrent à l'entreprise.

2.1. L'exportation contrôlée

L'entreprise qui exporte assure la maîtrise de la commercialisation de ses produits sur le marché, soit directement, soit par une implantation à l'étranger (filiale, représentant, agent ...) en assumant les risques.

2.1.1. Exportation directe

L'entreprise vend directement au niveau international aux demandes des clients étrangers, cela concerne :

2.1.1.1. La vente sur salon

La vente sur salon est la participation à des foires ou des salons au niveau local ou à l'étranger. Ce mode d'accès aux marchés étrangers convient aux entreprises novices à l'export.

2.1.1.2. Vente sur appels d'offres internationaux

C'est un contrat qui porte sur tout ou une partie de grands ensembles industriels, programme de travaux ou de marchés publics de fournitures. L'entreprise doit souvent détacher du personnel pour assurer le bon déroulement du contrat.

2.1.1.3. Vente à distance

La vente à distance se fait par l'envoi de catalogues de propositions d'affaires par télécopieur, par la participation à des émissions de télé-achat et par des sites internet.

2.1.1.4. Vente par internet

C'est le commerce électronique, à partir de création d'un site marchand. Le site doit être adapté à chaque pays, concernant la langue et la simplicité de l'offre pour gagner des clients.

La vente par internet nécessite des compétences, une organisation et des moyens tant matériels qu'humains qui rendent ce mode d'accès complexe aux marchés étrangers.

2.1.2. Le représentant à l'étranger

Le représentant à l'étranger, est un salarié de l'entreprise exportatrice, lié par un contrat de travail, basé à l'étranger ou dans le pays de l'exportateur.¹² Le rôle du représentant est de prospecter et vendre pour le compte de son entreprise, il est d'ailleurs amené à participer à la promotion des produits et de l'entreprise qu'il représente en participant aux salons professionnels. C'est à l'entreprise de supporter les risques, la gestion des commandes, des livraisons, le recouvrement des créances.

¹² C.PASCO-BERHO, marketing international, 4^{ème} Edition, DUNOD, 2002, p 167.

Tableau 01 : avantages et inconvénients du représentant à l'étranger

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - La maîtrise la commercialisation, - Une bonne information sur les marchés. 	<ul style="list-style-type: none"> - nécessite une structure export qui concerne la gestion des opérations, - L'entreprise doit supporter tous les risques commerciaux, - La sélection du représentant (la difficulté du recrutement)

Source : C.PASCO-BERHO, marketing international ,4^e édition, DUNOD, 2002, page 168.

2.1.3. Le bureau de représentation

Il s'agit d'une émanation de la société mère, sans personnalité juridique et sans possibilités d'accomplir des actes de commerce.¹³ La fonction principale de ce bureau est d'observer le marché et prendre de premiers contacts.

2.1.4. La succursale¹⁴

La succursale est une structure légère, en général, constituée d'un responsable, d'un secrétariat, éventuellement, d'une salle d'exposition du matériel. Il est très important de choisir le représentant de la succursale. Il doit connaître bien la société mère et le pouvoir d'assurer la liaison entre l'entreprise et son marché.

Sa fonction est de prospecter. Elle a un rôle commercial et d'aide à la gestion des commandes pour la société mère. Elle l'informe sur l'état du marché et assure le suivi des ventes et des règlements.

¹³C.PASCO-BERHO, p 168.

¹⁴Ibidem. p 169.

Tableau 02 : avantages et inconvénients de la succursale

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Aide à la définition et à la mise en œuvre de la politique commerciale sur le marché. - Organise le post-acheminement. - Information sur l'état du marché - Assure la prospection. 	<ul style="list-style-type: none"> - Difficile de choisir le responsable, - C'est la société mère qui prend en charge les risques financiers, - Investissement lourd

Source: C.PASCO-BERHO, op cit, p. 170.

2.1.5. Filiale de distribution

Une filiale est une société stable à l'étranger. Elle joue le rôle d'importateur qui appartient à son fournisseur. Elle achète les produits de la maison mère pour les revendre en assurant la prospection, la vente, les opérations logistiques à l'étranger, la facturation, et recouvrer les créances et le service après-vente.

Tableau 03 : avantages et inconvénients de la filiale de distribution

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none">- naturalisation des produits,- meilleur service clientèle,- information sur le marché,- diminution des coûts logistiques- accès à de multiples sources de financement.	<ul style="list-style-type: none">- investissement lourd,- contrôle financier difficile,- risque élevé dans certains pays.

Source: C.PASCO-BERHO, op cit, p. 174.

2.1.6. Les filiales de production

La filiale de production est un établissement installé par la société mère à l'étranger. Elle produit et assure la commercialisation des produits fabriqués dans le pays. Cette filiale a pour but de réduire les coûts d'approvisionnement, de production et de commercialisation.

Tableau 04 : avantages et inconvénients de la filiale de production

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - réduction des coûts de production - suppression des frais d'approche - accès aux marchés fermés 	<ul style="list-style-type: none"> - investissement très lourd - risques très importants

Source: C.PASCO-BERHO, op cit, p. 175.

2.1.7. L'agent

L'agent commercial est un intermédiaire, il met en relation l'acheteur et le vendeur. Il n'achète pas la marchandise, il prospecte la clientèle, négocie au nom et pour le compte de l'exportateur, et assure la promotion des produits.

Tableau 05 : avantages et inconvénients de l'agent

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - coût proportionnel aux ventes - maîtrise de la politique commerciale par l'exportateur - connaissance du marché par l'agent 	<ul style="list-style-type: none"> - implication commerciale forte de l'exportateur - difficultés de sélection - risque commercial - logistique et administration des ventes à assurer

Source: C.PASCO-BERHO, op cit, p. 177.

2.2. L'exportation sous-traitée

L'entreprise recourt à des intermédiaires qui prennent en charge tout ou une partie du processus de commercialisation des produits (exemple : prospection, négociation, prise de commande, gestion et suivi des livraisons et des règlements, suivi des produits), soit au niveau national ou à l'étranger.

2.2.1. L'importateur

L'importateur est un commerçant qui achète et vend sous son propre nom les marchandises produites par l'exportateur. Il est rémunéré par une marge, différence entre prix d'achat et prix de revente de la marchandise.¹⁵ C'est important de choisir l'importateur en ce qui concerne, sa compétence (connaissance du produit, l'assurance du service après-vente), sa connaissance de la clientèle (c'est-à-dire, il entretient des relations solides avec).

Tableau 06 : avantages et inconvénients de l'importateur

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - prise en charge de la distribution - prise en charge de la prospection - Simplifie les opérations logistiques. 	<ul style="list-style-type: none"> - risque de non-paiement de l'importateur, - l'importateur est un écran par rapport au marché, donc l'exportateur n'a pas de contrôle de sa politique commerciale, il ne connaît pas la clientèle finale.

Source: C.PASCO-BERHO, p178.

2.2.2. Importateur exclusif

L'importateur exclusif ou le concessionnaire est comme tout importateur ; il achète, il vend les produits, mais là l'exportateur impose des obligations d'information nécessaire sur le

¹⁵C.PASCO-BERHO, op, cit, p 177.

produit, le marché, sur les clients, et des informations des services (quota de vente, action de communication avec le marché...)

C'est dans ces conditions que l'exportateur retrouve la maîtrise de la commercialisation et avec un contrat de concession qui le lie avec l'importateur exclusif.

2.2.3. Les autres intermédiaires¹⁶

Ces intermédiaires peuvent être regroupés en deux catégories, ceux qui n'achètent pas les produits de l'exportateur et sont rémunérés par une commission, et ceux qui deviennent propriétaires de cette marchandise et sont rémunérés par une marge.

2.2.3.1. Les intermédiaires propriétaires

- **Le négociant exportateur** : C'est un commerçant indépendant qui achète et vend en son nom propre et pour son propre compte. Il assume entièrement la commercialisation (en particulier l'aspect logistique de l'exportation et tous les risques)
- **Les sociétés de commerce international** : Elles agissent comme les négociants-exportateurs achetant fermement les produits qui les intéressent pour les revendeurs sur les marchés étrangers, après y avoir ajouté leur marge.

Elles sont souvent spécialisées, soit par catégories de produits (produits alimentaires, fournitures pour la restauration, machine-outil...), soit par zone géographique.

Bénéficiant d'une bonne connaissance des marchés étrangers sur lesquels elles exercent, elles offrent aux exportateurs, leur savoir-faire, leur réseau. Elles facilitent l'accès à des marchés dont le coût d'approche est très élevé et permettent l'évaluation des chances de succès des produits sur les marchés étrangers.

2.2.3.2. Les intermédiaires non propriétaires

- **Le commissionnaire** : est celui qui agit en son nom ou sous un nom social pour le compte d'un commettant, il traite des affaires pour une autre entreprise commerciale, mais en s'engageant lui-même avec ses partenaires.

¹⁶ Ibidem, p 179-181.

Il existe plusieurs types de commissionnaires, selon leurs activités:

- Les commissionnaires de marchandises qui font profession de les vendre ou de les acheter pour le compte des commettants;

- Les commissionnaires de transport qui font effectuer des transports par diverses entreprises ;

- Les commissionnaires en douane souvent, appelés transitaires qui se chargent d'effectuer en douane toutes les opérations intéressant les marchandises de leur commettant.

➤ **Le courtier** : est un commerçant dont l'activité a pour objet de mettre en rapport des personnes et a pour but de faciliter ou de faire aboutir la signature de toutes conventions, opérations ou transactions entre les personnes.

Il se borne à mettre en présence acheteur et vendeur sans acheter ni vendre, il fait passer la commande.

➤ **Le consignataire** : Il s'agit d'une forme particulière d'agent importateur qui n'achètera la marchandise de l'exportateur que lorsque celle-ci aura été livrée et payée par le client. Cette formule évite à l'importateur de financer son stock, d'assumer les frais et les risques de sa commande. Le consignataire n'est alors que dépositaire des marchandises.

2.2.4. Les sociétés d'accompagnement à l'international

Elles sont des sociétés de services qui remplissent l'ensemble des fonctions du service export d'une entreprise. Parmi ses fonctions, la préparation et réalisation de la prospection, la recherche de débouchés, négociation, animation, suivi et contrôle des réseaux, un suivi administratif de l'opération d'exportation (rédaction des contrats, suivi et contrôle des commandes, expédition, facturation, recouvrement ...). L'avantage obtenu par ses sociétés est la mise à disposition d'un service export sans investissement.

2.2.5. Les bureaux d'achat étrangers

Il s'agit d'une cellule d'achat d'entreprise étrangère (groupes de distribution, entreprise industrielle, grands magasins) Sa fonction est la recherche des fournisseurs

à l'étranger de produits adaptés aux besoins et aux goûts des consommateurs du pays d'origine, en général ils achètent les biens de consommation, durables ou non (agro-alimentaire, papeterie, prêt-à-porter...)

Tableau 07 : avantages et inconvénients du bureau d'achat étranger

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - évite au fournisseur une prospection souvent difficile, - permet un apprentissage des contraintes commerciales locales, - le référencement dans un bureau d'achat offre souvent une garantie du sérieux quand le fabricant cherche à exporter par une autre voie. 	<ul style="list-style-type: none"> - nécessité de prix très compétitifs, - Le respect de la qualité et les délais.

Source: C.PASCO-BERHO, op, cit, p. 182-183.

2.2.6. Les transferts des technologies

Les transferts de technologie, c'est la cession de droits de propriété industrielle ou de savoir-faire. Ils peuvent prendre deux formes, la cession de brevet, la cession de licence.

- **La cession de brevet** : c'est le transfert de manière irréversible, la propriété du brevet au cessionnaire, l'inventeur ne pourra plus exercer de contrôle sur l'utilisation ou le développement de sa création.
- **La cession de licence** : c'est une exploitation limitée temporellement et territorialement définie dans le contrat.

Donc l'exportateur sous-traite non seulement la fonction commerciale (prospection, distribution, promotion), mais aussi la fonction de production.

Tableau 08 : avantages et inconvénients des transferts des technologies

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Les transferts des technologies permettent de pénétrer des marchés fermés, - Peu d'investissement, - Pas de risques commerciaux -l'amélioration de la situation financière. 	<ul style="list-style-type: none"> - C'est la difficulté de trouver le bon partenaire, - risque de contrefaçon, - Perte de contact avec le marché.

Source: C.PASCO-BERHO, p184.

2.3. L'exportation concertée

L'entreprise va exporter en coopération avec d'autres entreprises de son pays (groupement d'exportateurs, portage) ou travailler avec des sociétés locales à l'étranger (franchise joint-venture)

2.3.1. Les groupements d'exportateurs

C'est la mise en commun de tout ou partie des activités exportatrices par des différentes entreprises. Le bon fonctionnement du groupement nécessite le respect de certaines conditions : ¹⁷

- La non-concurrence ou complémentarité des produits,
- Nombre limité de participants, variable selon la taille et l'activité du groupement (environ une dizaine),
 - homogénéité des participants, du point de vue de la taille, de la situation financière,
 - règles de fonctionnement strictes (modalités de prise de décision, circulation de l'information, autonomie et responsabilité du dirigeant du groupement...).

¹⁷C.PASCO-BERHO, op, cit, p 185.

2.3.2. Le portage ou parrainage

Un grand groupe d'entreprises mettant à disposition de PME son réseau commercial à l'étranger, l'entreprise porteuse sa fonction est le conseil de l'entreprise portée, elle lui permet d'accéder à des marchés difficiles et lointains, aussi la limitation des coûts.

Tableau 09 : avantages et inconvénients du portage ou le parrainage

Avantages	inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - facilite l'accès des marchés difficiles, - coût limité. 	<ul style="list-style-type: none"> - faible motivation des filiales de grands groupes, - complémentarité produite nécessaire - suppose une capacité de production et de suivi commercial

Source: C.PASCO-BERHO, p186.

2.3.3. La franchise

La franchise est un moyen d'accès aux marchés étrangers par une entreprise à une ou plusieurs autres entreprises, avec une concession du droit d'utiliser et se présenter sous sa raison sociale et sa marque pour vendre des produits ou services déterminés. Il existe trois types de franchise :

- franchise de distribution : c'est-à-dire la vente des produits.
- Franchise de service : c'est le savoir-faire en matière de prestation de service (hôtellerie, restauration...)
- La franchise industrielle : c'est la fabrication des produits avec le droit d'utiliser son nom et le savoir-faire technique cédé par le franchiseur.

2.3.4. La joint-venture

La joint-venture, c'est la création en commun ou conjointe par des partenaires de nationalité différente d'une société industrielle ou commerciale. Cette implantation a des avantages : la naturalisation des produits de l'entreprise, gagner du temps et de l'expérience, partage de coûts. Elle est moins coûteuse qu'une création ou un rachat d'une entreprise locale. Elle a aussi des inconvénients : risque de conflit d'intérêts, montage juridique difficile. Pour développer ses activités sur les marchés internationaux, l'entreprise va devoir choisir le mode de présence adopté sur ces marchés étrangers, ainsi que les possibilités de commercialisation.

En Algérie, la plupart des grandes entreprises exportatrices recourent à la sous-traitance par des intermédiaires qui prennent en charge tout ou une partie du processus de commercialisation des produits en prospection, négociation, prise de commande... soit au niveau national ou à l'étranger.

3. Financement du commerce extérieur

Pour favoriser les exportations et de permettre aux entreprises d'affronter la concurrence étrangère ceux-là engendrent un besoin en financement, alors le vendeur accorde un délai de paiement plus au moins long à ces clients étrangers.

Avant de parler des techniques de paiements ou encore des moyens de paiements, il est très important de savoir que pour chaque opération du commerce international on trouve des risques de non-paiements. Alors il est très important de conclure dans le contrat le moyen ou la technique de paiement de la transaction a fin d'évité ces risques. En terme simple, un instrument ou un moyen de paiement a pour objet de transférer des fonds du payeur vers le payé. Quant à la technique de paiement, elle a pour but de s'assurer que toutes les conditions sont réunies pour que le paiement soit effectué.

3.1. Moyens de paiement à l'international

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

3.1.1. Le chèque

Le chèque est « un écrit qui permet au tireur (celui qui émet le chèque, titulaire ou mandataire du compte) de donner l'ordre au tiré (établissement qui tient le compte) de payer une certaine somme à un tiers ou bénéficiaire »¹⁸

Il faut distinguer deux sortes de chèques :

3.1.1.1. Le chèque d'entreprise (check)

Le chèque d'entreprise est émis par le titulaire du compte (l'acheteur importateur) appelé « tireur » sur une banque appelée « tirée » au profit du « bénéficiaire » (le vendeur, l'exportateur). Il peut, pour offrir plus de garanties, être certifié, c'est-à-dire que la banque appose sur le chèque un visa attestant qu'il existe une provision suffisante sur le compte bancaire lors de son émission, et qu'elle bloque cette provision jusqu'à l'expiration du délai légal de présentation.

3.1.1.2. Le chèque de banque (bankdraft)

Le chèque de banque est émis par une banque, à la demande de l'acheteur, et qui représente donc, un engagement direct de paiement de celle-ci.

Le chèque est un instrument peu utilisé dans la pratique du commerce international, car malgré sa simplicité d'utilisation, il présente certains inconvénients peu attractifs. En effet, outre le fait que son statut juridique et la possibilité d'y faire opposition varient fortement d'un pays à l'autre, le risque politique subsiste, ainsi que les risques de perte, vol et falsification. De plus, les délais d'encaissement peuvent être longs (envoi par la poste, intervention de plusieurs banques) et les frais importent.

3.1.2. Les effets de commerce

Un effet de commerce est une reconnaissance de dettes matérialisée par un titre représentant une créance commerciale à court, moyen et à long terme. Ils peuvent prendre deux formes :

¹⁸MONNIER Philippe et MAHIER Sandrine, Les techniques bancaires, Edition Dunod, Paris, 2008, Page 71.

3.1.2.1. La lettre de change ou traite (bill of exchange)

La traite est un écrit par lequel le vendeur (tireur) donne ordre à l'acheteur (tiré) de payer à vue, ou à une date déterminée une certaine somme à lui-même ou à un tiers (bénéficiaire).

3.1.2.2. Le billet à ordre (promissory note)

Le billet à ordre est également un écrit, mais il est émis par l'acheteur (appelé « souscripteur ») au profit du vendeur (« bénéficiaire »). Hormis cette différence essentielle, ce dernier présente les mêmes caractéristiques que la lettre de change.

La lettre de change est un instrument couramment utilisé dans les relations internationales, car, contrairement au billet à ordre, elle est émise à l'initiative du vendeur. Elle présente le grand avantage de matérialiser sa créance et de préciser exactement le délai de paiement accordé. Cependant, le risque d'impayé subsiste (quoi qu'il puisse être pratiquement annulé si le tireur obtient l'aval d'une banque sur la lettre c'est-à-dire l'engagement solidaire de payer). Néanmoins, les risques de perte, vol et falsification et la lenteur de recouvrement demeurent.

Une traite émise par un exportateur est communiquée à l'importateur par un intermédiaire (banque ou agent de l'exportateur). À l'échéance, elle sera réglée par virement.

3.1.3. Le virement bancaire

D'une manière générale, le virement bancaire est un transfert d'une somme d'argent d'un compte à un autre. Il est considéré comme un moyen de transfert de fonds plus sécurisé. À l'international c'est plus au moins complexe, pour cela nous distinguons entre deux types de virement :

3.1.3.1. Le virement bancaire (banktransfer)

Le banktransfer est un ordre donné par l'importateur à son banquier, de transférer une somme d'argent vers un autre compte qui est celui de l'exportateur, soit en monnaie nationale ou en devise étrangère.

En outre : « une opération par laquelle un client d'une banque ordonne (demande à sa banque) de débiter son compte d'un certain montant au profit d'un autre client (transfert des fonds d'un compte à l'autre). Il est constaté sur un document appelé bon de virement ».¹⁹

3.1.3.2. Le virement SWIFT

Le virement SWIFT est le moyen de transmission le plus rapide, le plus souple et il est peu coûteux.

Autres avantages : impossibilité de perte, vol ou falsification puisqu'il n'y a pas de support papier et impossibilité d'impayé. Un des principaux inconvénients est qu'il est émis à l'initiative de l'acheteur.

3.2. Techniques de paiement

L'objectif des techniques de paiement est d'éviter le risque de non-paiement, sachant que les opérations du commerce à l'international sont très complexes, alors durant l'établissement du contrat entre l'exportateur et l'importateur, il est indispensable d'indiquer quelle est la technique (ou le moyen) de paiement qui sera utilisée pour le règlement de la transaction, dans le but d'éviter les malentendus et des déceptions plus tard. Les techniques de paiement le plus utilisé sont :

3.2.1. L'encaissement simple

Une fois que l'exportateur établit la facture définitive, il doit l'envoyer à son client (importateur) accompagné d'une lettre de change pour le paiement. À échéance, l'importateur doit payer l'exportateur en lui adressant un chèque portant le montant du contrat, ou encore donner l'ordre à son banquier pour qu'il effectue un virement au compte de l'exportateur.

3.2.2. La remise documentaire

C'est une technique de paiement par laquelle le vendeur exportateur (appelé « donneur d'ordre ») mandate sa banque (« banque remettante ») pour recueillir, par l'intermédiaire de sa correspondante (« banque présentatrice »), le règlement ou l'acceptation de l'acheteur (« tiré ») au moment de la présentation des documents représentatifs de la marchandise

¹⁹ CHAPDELIENE TEAMO.M, Traitement des chèques à l'encaissement, Institut privé de gestion de Dakar Sénégal, BTS en gestion des entreprises, Promotion 2007.

(documents de transport et d'assurance, facture, certificat d'inspection, certificat d'origine, liste de colisage...).

En outre : « La remise documentaire est une procédure de recouvrement dans laquelle une banque a reçu mandat d'un exportateur d'encaisser une somme due par un acheteur, contre remise des documents. Le vendeur fait établir les documents de transport à l'ordre d'une banque. Cette dernière doit remettre les documents commerciaux et de transport à l'acheteur, contre paiement ou acceptation d'effets de commerce. La remise documentaire est soumise à des règles et usances uniformes ». ²⁰

3.2.3.L'affacturage

Le forfaiting²¹ consiste à céder des créances commerciales à court ou moyen terme à un banquier qui les rachète sans recours. Les créances sur l'acheteur étranger sont souvent matérialisées par des lettres de change relatives à la livraison de biens ou de prestations de services.

L'opération d'affacturage consiste en un transfert de créance commerciale, surtout à l'exportation, de leur titulaire à un factor qui se charge d'en opérer le recouvrement et qui en garantit la bonne fin, même en cas de défaillance momentanée ou permanente du débiteur. Le factor peut régler par anticipation tout ou partie du montant des créances transférées.

L'affacturage est donc à la fois un procédé de recouvrement, une technique de garantie des risques et, éventuellement, un moyen de financement des créances.

3.2.4.Crédit documentaire

Le crédit documentaire²² est une promesse donnée par un banquier de l'importateur à un exportateur étranger, selon laquelle le montant de sa créance lui sera réglé, pourvu qu'il apporte (à l'aide des documents émis) la preuve de l'expédition des marchandises à destination des pays importateurs, ou la preuve que les prestations ou services ont été accomplis. C'est la forme de règlement conçue par excellence pour le commerce international.

²⁰LEGRAND.G et MARTINI.H, Commerce international, 3e édition, Edition Dunod, paris, 2010, Page 157

²¹LEGRAND.G et MARTINI .H, op. Cite, 2008, P 251.

²² BOUYAKOUBA (F), « l'entreprise et le financement bancaire » édition Casbah, Algérie, 2000, p 263.

Cette procédure est largement utilisée dans le monde entier et souvent pour des marchés très importants. Elle se justifie plus spécialement lors d'une première opération ou lorsque les partenaires commerciaux n'ont pas une confiance absolue l'un dans l'autre, et qu'ils hésitent, pour cette raison, à employer des moyens de paiement plus simples, moins coûteux, mais également d'une moindre sécurité.²³

3.3. Les risques liés au financement du commerce international

Le financement du commerce international est toujours soumis à des risques majeurs, résultants soit par le crédit à l'importation, soit par le crédit à l'exportation.

3.3.1. Les risques liés au financement des importations

Les risques associés à une opération d'importation sont généralement liés à deux types de financement : la remise documentaire et le crédit documentaire.

3.3.1.1. Les risques associés à la remise documentaire

Dans le cadre d'une remise documentaire, la banque de l'exportateur et celle de l'importateur interviennent comme mandataires de leurs clients respectifs. Elles exécutent leurs instructions, mais ne s'engagent ni à vérifier la conformité des documents ni à les payer à réception.

3.3.1.2. Les risques associés au crédit documentaire

Dans une opération de crédit documentaire, chaque intervenant est exposé à un certain nombre de risques :

➤ **Le risque pris par la banque émettrice :** La banque s'engage à régler des documents qui sont en conformité avec la demande initiale, quelle que soit la situation financière de son client. Elle couvre ainsi, le risque d'insolvabilité de son client.²⁴

➤ **Le risque pris par la banque du vendeur (notificatrice) :** En cas de simple notification, la banque doit faire diligence en examinant les documents avant de les transmettre. Son risque financier est donc nul dans la mesure où le crédit reste payable aux caisses de la banque émettrice sur laquelle repose le risque final. En revanche, en cas de

²³LECUYER Dominique, chambre de commerce et d'industrie, Editeur Gualino, paris, 2004, page 31

²⁴GARSUAULT (P) et PRIAMI (S) : Les opérations bancaires à l'international, Ed. Banque- Editeur, Paris, 1999. P.123.

confirmation, la banque engage directement sa responsabilité sur deux aspects. D'un point de vue financier, elle couvre le risque d'insolvabilité de la banque émettrice. Dans la situation où les documents remis seraient conformes, elle devra payer le vendeur. Par ailleurs, elle court un risque technique lié à l'étude des documents. Si la banque ne relève pas une réserve majeure et paie son client, la banque émettrice peut refuser de la rembourser si son propre client n'accepte pas de lever la réserve²⁵.

➤ **Risque pris par l'acheteur :** Pour l'acheteur, le risque est lié à la conformité de la marchandise. Le règlement étant basé sur la conformité des documents, des produits en apparence conformes peuvent s'avérer de qualité inférieure. Afin de pallier ce risque, l'acheteur peut recourir à une garantie de bonne exécution de plus, il a également la faculté de déléguer des experts internes ou externes pour contrôler la marchandise avant son expédition.

➤ **Risque pris par le vendeur :** Le risque que peut supporter l'exportateur est le risque de non paiement, qui résulte de l'insolvabilité de la banque émettrice ou notifiative, ou dans le cas où l'importateur n'accomplit pas son engagement de paiement.

3.3.2. Les risques liés au financement des exportations

Le financement des exportations peut être opéré soit par un crédit acheteur soit par crédit fournisseur. Les risques sont donc plus ou moins importants, pour l'un et l'autre des opérateurs du commerce extérieur selon le mode de financement²⁶.

3.3.2.1. Les risques associés au crédit acheteur

Il existe deux types de risques associés au crédit acheteur

➤ **Les risques de fabrication :** il se trouve que parfois l'exportateur (fournisseur) se trouve dans l'impossibilité de poursuivre sa fabrication et de mener à terme son contrat pour différentes raisons que ce soit financier ou techniques.

➤ **Le risque de crédit :** Ce risque intervient lorsque la livraison a été effectuée. La période pendant laquelle l'acheteur doit effectuer le règlement de prix de contrat est entamé : le non-paiement des échéances constitue le risque de crédit alors que les obligations prévues au contrat ont été respectées par l'exportateur.

²⁵ GARSUAULT (P) et PRIAMI (S): op. cit., P.125.

²⁶ LEGRAND (G) et MARTINI (H) : Gestion des opérations Import-export, DUNOD, Paris, 2008, p. 222.

3.3.2.2. Les risques associés au crédit fournisseur

Les risques associés au crédit fournisseur comportent trois risques majeurs.

➤ **Le risque de fabrication :** Le risque de fabrication est un risque qui peut se produire pendant la période de fabrication des commandes. L'industriel qui a mis en fabrication des biens destinés à une installation peut se trouver confronté durant la période avant la livraison des marchandises à l'inexécution du contrat commercial qui peut être troublé par une interruption du marché pour des raisons différentes.

➤ **Le risque de crédit :** Ce risque apparaît après l'expédition de la commande dont le client est défaillant pour une partie ou la totalité de sa dette.

➤ **Le risque d'insolvabilité :** Ce risque résulte de l'insolvabilité du débiteur c'est-à-dire l'incapacité de ce dernier de rembourser les fonds empruntés auprès d'un banquier qui est lui-même débiteur à l'égard des déposants.

3.3.3. Les risques de non-paiement

Le Risque de non- paiement est une exposition à un danger dont on ne sait pas s'il se produira, mais dont on sait qu'il sera susceptible de se produire, inhérent à une situation ou une activité. Le risque de non-paiement est, généralement, une exposition à une créance impayée quand elle n'a pas été réglée à la date exacte initialement convenue.

3.3.3.1. Identification du risque

Le risque de non-paiement ou du crédit est un risque auquel sont exposés les exportateurs après livraison de leurs marchandises. Il s'agit de défaut de paiements qui prend l'une des formes suivantes :

➤ **Risque commercial :** Le risque commercial concerne l'acheteur. Il résulte de la dégradation de la situation financière de ce dernier. Il est appelé risque de carence. L'acheteur étant de ce cas incapable d'exécuter ses obligations contractuelles.

➤ **Risque politique (risque pays) :** Ce risque est indépendant de l'importateur. Le risque politique résulte, soit d'un fait politique proprement dit (guerre civile ou étrangère, émeutes, révolutions, changement brutal de régime politique), soit d'une catastrophe naturelle survenue dans le pays de l'acheteur.

3.3.3.2. La prévention du risque

Sur la base de l'information économique et financière, l'exportateur peut détecter les mauvais clients

➤ **Nouveaux clients :** S'agissant de nouveaux clients, l'exportateur procède à une recherche d'informations fiables sur ses acheteurs étrangers en faisant une recherche autonome auprès des conseillers du commerce international, des clubs d'exportations ou des syndicats professionnels...

➤ **Anciens clients :** Pour les clients connus, il y a lieu de faire une mise à jour de dossiers de chaque client en effectuant un suivi des comptes client, du déroulement des paiements et des informations relatives à la santé financière du client (à travers la presse, les rapports des agents ou des exportateurs du même secteur).

3.3.3.3. La couverture du risque de non-paiement (risque du vendeur)

Après avoir identifié le risque du crédit en étudiant tous les partenaires qui influencent sur son intensité, il y a lieu de le gérer, en suivant plusieurs démarches. La couverture de ce risque peut être interne ou externe.

➤ **La couverture interne :** Il existe trois types de couvertures internes.

- Le risque crédit a une relation étroite avec les techniques de paiement choisies. En effet, plus la technique est sécurisante plus le coût est élevé et plus la procédure est complexe.

- La clause de réserve de propriété prévoit la suspension du transfert de propriété de la marchandise jusqu'au paiement intégral du prix convenu.

- L'entreprise n'a pas toujours la possibilité d'utiliser les instruments de son choix. Il en résulte que parfois elle est amenée à assumer un risque résiduel par une dotation aux provisions pour clients douteux ou par une affectation des résultats en réserves pour auto-assurance.

➤ **La couverture externe :** Ce sont des moyens de techniques qui sont externes à l'entreprise, elles font appel à ces techniques pour mieux se protéger contre le risque de non-paiement.

- Le recours aux assurances
- Le recours aux sociétés d'affacturage

- Le recours aux banques
- La garantie de paiement
- La lettre de crédit « stand-by »

En Algérie, les entreprises importatrices ou exportatrices préfèrent le financement de leurs transactions par crédit documentaire parce que c'est le plus sécurisé.

Conclusion :

Lorsqu'une entreprise devient le leader sur son marché national, elle vise alors plus loin et essaye de faire connaître ses produits à l'échelle internationale.

L'objectif de ce chapitre est de connaître les notions de base pour mieux mener une opération de commerce international, pour quelle se déroule dans de bonnes conditions et pour mieux réussir les opérations import-export.

L'importance des transactions commerciales oblige l'importateur et l'exportateur de prendre leurs précautions lors de la négociation du contrat commercial et de se mettre d'accord sur ses conditions. C'est de ce point qu'apparaissent les instruments et les techniques de paiement dont le crédit documentaire qui appartient et présente la technique la plus sécurisée.

Chapitre II

Considérations théoriques générales sur la logistique

Chapitre II : Considérations théoriques générales sur la logistique

Introduction

La logistique qui est un mot très utilisé de nos jours, Grâce à la concurrence qui existante aujourd'hui, la logistique commence à s'intégrer dans tout le processus de l'entreprise.

C'est une activité de services qui a pour objet de gérer les flux de matières en mettant à disposition et en gérant des ressources correspondant aux besoins, aux conditions économiques et pour une qualité de services déterminée, dans des conditions de sécurité et de sureté satisfaisantes.Elle concerne l'ensemble des opérations de transport, de stockage, d'allotissement, de distribution, 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. Ce qui a donné naissance à la notion de la supply chain.

La supply chaine ou bien chaine d'approvisionnement transcende les opérations industrielles d'une entité donnée, son organisation et son implantation géographique. Modélisée, elle englobe fournisseurs et autres partenaires commerciaux – transporteurs, sous-traitants, circuit de distribution et client. Dans ce chapitre, nous allons présenter la logistique en premiers lieux puis essayer de donner un max d'informations sur la chaine logistique.

1. Présentation de la logistique

L'activité logistique est une variable composante du développement industriel, elle regroupe toutes les opérations physiques et de pilotage relatif à l'acheminement optimisé des produits des sites de production jusqu'au client final.

1.1. Historique et définition de la logistique

1.1.1. Historique

La logistique est issue du génie militaire, responsable de l'approvisionnement des troupes afin qu'elles conservent leurs capacités opérationnelles dans la durée. Les deux métiers de base de la logistique sont donc la gestion des stocks de marchandises et d'armes.

- **Origine militaire**

La logistique a avant tout une origine militaire. La logistique est née lors de toutes les préparations en prévision d'une bataille, pour mettre à disposition les moyens de transport, les équipements ou encore tout ce qui concerne les denrées alimentaires. La logistique représente un pilier, car c'est elle qui va déterminer la force de résistance d'un pays. La logistique va permettre de mettre en place les forces armées au bon moment pour les opérations tactiques pour atteindre les objectifs fixés par les stratégies définies.

- **IV millénaire av. J.-C.**

Alexandre Le Grand (356-323 avant Jésus-Christ), serait le précurseur de la logistique moderne. Son idée fut de donner à la logistique une place stratégique. Ce roi grec de Macédoine, est le premier à expliquer que la guerre nécessite avant tout une préparation importante pour pouvoir mener campagne dans les meilleures conditions envisageables. En effet, une guerre se prépare de façon très rigoureuse et c'est cette dernière qui peut déterminer l'issue d'une bataille. Cet homme va ordonner à ses hommes de brûler les chariots contenant le matériel, les richesses ou encore les affaires personnelles afin d'aller plus vite. Alexandre Le Grand s'est rendu compte que tout ce matériel ralentissait considérablement les troupes. En brûlant tous ces éléments des troupes, ce chef a voulu accélérer l'avancée de ses soldats et ainsi mieux surprendre ses ennemis.²⁷

Le grand tournant de l'évolution de la logistique aura lieu durant la 2e guerre mondiale. La guerre de 1939-1945 a constitué un tournant de la logistique militaire. La motorisation de la logistique des armées du Reich aussi bien que l'importance accordée à l'arme blindée, allait poser en termes quasiment modernes un certain nombre de problèmes logistiques. Pour la première fois dans l'histoire militaire, des forces considérables durent intervenir sans aucune possibilité de soutien local à des milliers de kilomètres de leurs bases. Ce fut le cas des forces allemandes en Union soviétique, de Rommel en Libye, des forces

²⁷ Stratégie logistique, «Alexandre Le Grand précurseur de la logistique moderne?», Mars 2003 –n°54, p134

américaines un peu partout dans le monde. Il a fallu mettre en place de véritables chaînes logistiques à la fois routières, par voies ferrées, par bateaux et même par avions dans un contexte d'une complexité inouïe.²⁸

Puis s'est répandu dans le milieu industriel pour aborder le transport de marchandises et la manutention et c'est en 1977 que James L. Heskett, professeur à Harvard, donna la première définition s'appliquant aux entreprises : « ensemble des activités qui maîtrisent les flux de produits et coordonnent les ressources, en réalisant un niveau de service donné, au moindre coût ». Aux débuts, la logistique n'avait que peu d'importance dans la gestion des entreprises, considérée comme une fonction secondaire, limitée aux tâches d'exécution dans des entrepôts et sur les quais d'expédition. Mais la logistique est ensuite comprise comme un lien opérationnel entre les différentes activités de l'entreprise, assurant la cohérence et la fiabilité des flux-matière, en vue de la qualité du service aux clients tout en permettant l'optimisation des ressources et la réduction des coûts.

Jadis locale et basique, la logistique devient, au milieu des années 90, une fonction globalisée, voire mondialisée de gestion du flux physique dans une vision complète de la chaîne Clients/Fournisseurs, et constitue véritablement une nouvelle discipline du management des entreprises. La « logistique globale » représente ainsi l'ensemble des activités internes ou externes à l'entreprise qui apportent de la valeur ajoutée aux produits et des services aux clients.

1.1.2. Définitions :

La logistique²⁹ est un ensemble des opérations nécessaires au flux d'échanges, depuis celles effectuées sur les lieux de conception, de préparation, de production des biens ou des services jusqu'à celles réalisées pour atteindre et satisfaire les lieux de consommation. La logistique vise comme finalité l'obtention du produit souhaité à l'endroit adéquat dans le meilleur rapport qualité-prix et dans des délais optimaux en fonction de la nature du produit transporté.

En outre : pour une entreprise, la logistique consiste à acheminer les produits (semi-finis, matières premières) de ses fournisseurs, vers ses sites de production (logistique amont). Une fois fabriqués, les produits doivent parvenir jusqu'aux points de vente, afin d'être achetés

²⁸ Logistique production-distribution-soutien, d'YVES PIMOR ET MICHEL FINDER, 5e édition, édition DUNOD, année 2008, P 69.

²⁹ Marie-Madeleine Damien, transport et logistique, édition DUNOD, Paris ; 2001 ; Page 294.

par les clients finaux (logistique aval). Elle concerne donc toutes les opérations nécessaires à la mise à disposition des produits sur les lieux de vente depuis les lieux de production.

Toutefois, il existe plusieurs associations qui ont défini la logistique :

Définition selon l'américain marketing Association en 1948 : « mouvement et manutention de marchandises du point de production au point de consommation ou d'utilisation »³⁰.

ASLOG (Association française des logistiques d'entreprise) définit la logistique comme « l'ensemble des activités ayant pour but la mise en place, au moindre coût, d'une quantité de produits, à l'endroit et au moment où une demande existe. La logistique concerne donc toutes les opérations déterminant le mouvement des produits tel que localisation des usines et entrepôts, approvisionnements, gestion physique des encours de fabrication, emballage, stockage, et gestion des stocks, manutention et préparation des commandes, transports et tournées dès la livraison»³¹.

1.1.3. Le contexte de logistique internationale

La logistique internationale comprend³²:

➤ **Le transport ou plus exactement les transports**

Car un acheminement international utilise souvent plusieurs modes de transport (transport multimodal). Les transports maritime et aérien ne font jamais de porte-à-porte. En conséquence, il faut des transports d'appoint ;

➤ **Le dédouanement de la marchandise**

Même s'il n'y a pas de taxes à payer, la marchandise doit être dédouanée à l'export. La même opération sera effectuée à l'import, mais il peut y avoir des droits et taxes à régler qui peuvent représenter un coût important ;

➤ **Le règlement des avaries et l'assurance**

Qui est très complexe dans le domaine du commerce international. Si la marchandise subit un dommage, il faut savoir qui est responsable et comment le litige peut être résolu. Dans ce but, il est nécessaire de bien connaître les conventions internationales qui régissent

³⁰P. MEDAN et A. GRATACAP, « Logistique et supply chain management », DUNOD, Paris, 2008, p9.

³¹D. TIXIER, H. MATHE ET J. COLIN, « La logistique au service de l'entreprise : moyens, mécanismes et Enjeux, DUNOD, PARIS, 1983, p 12.

³²www.logistiqueconseil.org, consulté le 20-05-2018.

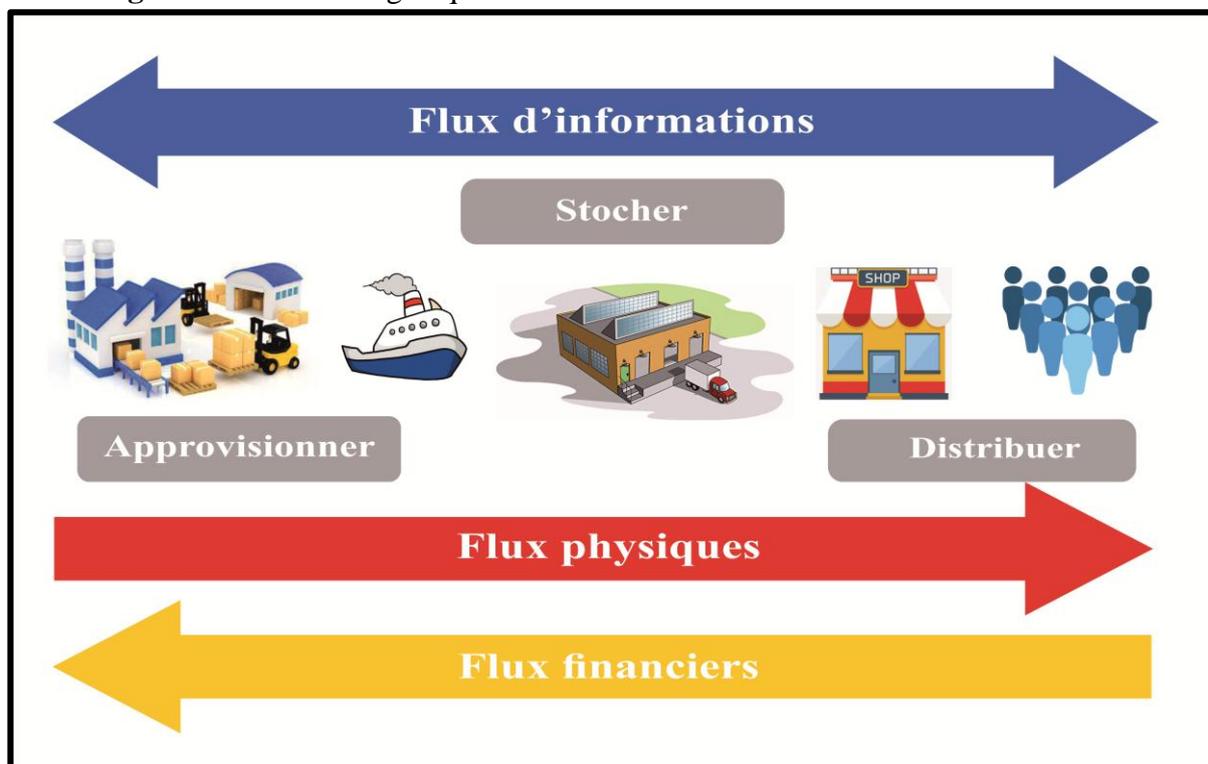
les transports. Quel que soit le secteur ou le contexte, la logistique comprend trois types d'opérations :

- Opérations de planification : prévision des commandes, programmation des approvisionnements, ordonnancement des transports de livraison, gestion des flux ...
- Opérations administratives : traitement et suivi des commandes, tenues des stocks ...
- Opérations physiques : préparation des commandes, manutention, transport

1.2. Les différents flux de la logistique

La logistique traverse trois flux : physique, informationnelle et financière. Ces flux peuvent découler des règles stipulées dans le contrat de partenariat.

Figure N °01 : flux logistiques



source : propre aux auteurs

➤ **Les flux physiques**

Ce sont les mouvements de transport de marchandises et leurs transformations depuis la matière première jusqu'aux produits finis dans le sens Amont/aval, en passant par divers stade de production. L'écoulement du flux physique résulte de la mise en œuvre des diverses activités de manutention et de transformation des produits, quel que soit leur état. Le flux physique est généralement considéré comme étant le plus lent des trois flux.

➤ **Les flux d'information**

Elle représente les opérations de transfert ou de modification de donnée ou d'information entre les différents acteurs de la logistique. Elle peut être partagée en deux types qui sont les flux de données d'entrées et les flux de donnée suivis. Elles caractérisent la prise de décision par l'ensemble des acteurs de la chaîne à long, moyen, et à court terme si l'identification des informations et faite la communication deviendra rapide.

➤ **Les flux financiers**

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

1.3. Les enjeux de la logistique

La bonne gestion de la logistique est un enjeu de plus en plus stratégique pour l'entreprise. Les enjeux sont conséquents. La qualité de livraison pèse sur la satisfaction client. Il faut livrer vite et bien. Alors que les retards sont insupportables pour sa clientèle, les coûts des solutions d'acheminement des colis doivent être maîtrisés. La logistique conditionne :

➤ **La croissance de l'entreprise** : la bonne stratégie de l'entreprise implique une parfaite maîtrise des problèmes logistique.

➤ **La maîtrise des coûts** : grâce à une meilleure connaissance de l'ensemble des coûts du produit, depuis l'approvisionnement en matière première jusqu'au service après-vente. Ainsi la mise en œuvre d'une logistique intégrée permet d'améliorer les délais de livraison, de réduire les taux d'indisponibilité tout en diminuant les coûts.

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

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

➤ **La diversification de l'entreprise** : la maîtrise de la chaîne logistique permet à l'entreprise d'élargir la gamme de ces activités.

➤ **La flexibilité et l'adaptabilité de l'entreprise** : Grâce à une souplesse obtenue dans la distribution amont et aval, ainsi qu'une meilleure maîtrise de la gestion des transports et de stockage.

1.4. Coûts et avantage

Le pourcentage de coût logistique / chiffres d'affaires de l'entreprise est un indicateur important, car il permet de mesurer en permanence l'évolution du coût de la logistique par rapport à la valeur des produits qui transitent dans le système de supply chain de l'entreprise. Il permet également de se comparer à d'autres entreprises pour déterminer l'avantage ou le désavantage compétitif qu'apporte l'organisation logistique par rapport à la concurrence. Ce deuxième objectif est cependant difficile à atteindre, car il est rare que les items retenus et que la répartition soit identiques dans le calcul des coûts logistiques d'une entreprise à une autre, la définition même du coût logistique est très variable d'une entreprise à l'autre ; il peut comprendre ou ne pas comprendre³³ :

➤ **Le coût d'acquisition** : coût des services d'achat et de contrôle de qualité à la réception ;

➤ **Le coût des transports** : approvisionnement depuis les fournisseurs jusqu'aux entrepôts usines ou le lieu de la livraison ;

➤ **Les coûts de stockage** : ils comprennent bien sur les coûts liés à l'entreposage et à la manutention, mais peuvent inclure ou non des coûts d'immobilisation du capital ;

➤ **Les coûts de direction de la logistique et d'informatique** : peuvent être plus ou moins élevés et pris en compte ou non selon l'organisation, toutes les subtilités d'une

³³<http://www.web-logistique.com/nouvellepage1.htm>. Consulter le 11-05-2015.

comptabilité analytique en ce qui concerne les charges indirectes et les amortissements vont se répercuter sur le résultat ;

➤ **Les coûts de la logistique de proximité** : le cas par exemple d'une logistique de soutien ou de production ; on peut en effet rattacher ou non à l'organisation logistique les petits magasins d'ateliers, les stocks de pièces de rechange disponibles auprès des machines, les encours de production, etc.

➤ **Les coûts de la logistique de produits** : qui ne sont pas approvisionnés par le service Logistique : achats dans le commerce, fournitures de bureau, pièces fournies dans le cadre de contrats de service, etc.

La logistique est le processus qui permet d'optimiser et d'utiliser des réseaux de distribution de biens matériels, d'information et de service afin de satisfaire complètement et rapidement la commande de l'ordre passé par le client au coût le plus juste.

2. Généralités sur la supply chain

La supply chain management (SCM) est devenu un thème très courant. Le moteur de recherche Google trouve plus de 25 millions de pages web contenant le terme supply chain management. Tous les grands groupes industriels ont mis en place une fonction supply chain management.³⁴

La SCM reste souvent difficile à comprendre pour les dirigeants et les responsables opérationnels des entreprises.³⁵

- Parce que la SCM couvre de nombreuses fonctions : achat, approvisionnement, production, maintenance, vente, pilotage des stocks et des flux de produits, gestion des entrepôts, transport.
- la SCM suppose souvent la connaissance de nombreuses méthodes : gestion partagée des approvisionnements par exemple.
- Difficile à comprendre parce que la SCM fait appel à de nombreux outils: système de modélisation et d'optimisation des réseaux logistiques, système d'optimisation des stocks, transportation management system ...
- Aussi, la SCM utilise de très nombreuses abréviations.

³⁴Rémy LE MOIGNE ; supply Chain management : achat, production, logistique, transport, vente ; Edition DUNOD ; paris ; 2013 ; p 1

³⁵Idem ; p avant-propos

- Enfin parce que la supply chain management fait l'objet de dizaines de définitions qui sont différentes.

2.1. Définitions de la Supply Chain

Expliquant la supply chain avant de la définir, supply signifie (offre) ; employer comme verbe, il se traduit par (fournir) où (approvisionner). Le terme supply chain est le plus souvent traduit en français par chaîne logistique et chaîne d'approvisionnement. Mais il est préférable d'utiliser l'expression américaine pour décrire ce concept nouveau, parce que cette expression est passée dans le vocabulaire de l'entreprise, nous l'appliquant souvent sans chercher à le traduire.

Selon les deux auteurs David Doriol et Thierry « la supply chain c'est un réseau d'entreprises interagissant pour livrer un produit ou un service au client final et impliquant un ensemble de flux partant des matières premières jusqu'à la livraison finale ».³⁶

En outre « package d'activités et d'opérations qui assurent les fonctions d'approvisionnement à partir d'un réseau de fournisseurs, de transformation de ces approvisionnements en produits intermédiaires et en produits finis, de distribution physique aux clients ». ³⁷

Par ces deux définitions, on dit qu'une supply chain est un réseau d'organisations (fournisseurs, usine, distributeurs clients, prestataires logistiques...) qui participent à la fabrication, le stockage, la livraison et la vente d'un produit à un client. Ces organisations échangent entre elles des produits, des informations et de l'argent.

Exemple : dans une chaîne logistique du secteur alimentaire, un producteur agricole envoie des fraises à une entreprise de transformation de fruits qui expédie, à son tour, du concentré de fraise à un fabricant de yaourt, qui livre des palettes de yaourts à la fraise à l'entrepôt d'un distributeur pour être vendu dans une grande surface. ³⁸

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

³⁶David Doriol et Thierry Sauvage ; management des achats et de la supply chain ; Edition Magnard Vuibert ; paris ; avril 2010 ; p 23.

³⁷Ibidem ; p 23.

³⁸Rémy le moigne ; op ; cit ; p4.

Figure 02 représentations schématiques de la supply chain

Source : propre aux auteurs

2.2. Définitions de la Supply Chain Management

Il existe de multitude de définitions différentes de la gestion de la chaîne logistique, sa signification est toujours source d'une grande confusion, c'est aussi parce que les mots supply et Chain prêtent eux même à confusion. Le terme supply chain management a vu sa définition évoluer depuis qu'il existe, la chaîne logistique ne traite pas uniquement de l'offre, mais aussi de la demande, elles sont souvent plus organisées en réseau qu'en chaîne.

La supply chain management est l'ensemble des ressources, moyens, méthodes, outils et techniques destinés à piloter le plus efficacement possible la chaîne globale d'approvisionnement et de livraison d'un produit ou service jusqu'au consommateur final.

David Doriol la SCM est une philosophie qui tend vers une gestion intégrée de l'ensemble des flux du canal de distribution, des fournisseurs à l'utilisateur final.³⁹

Le Council of supply chain management Professional (CSCMP) propose cette définition : le supply chain management comprend la planification et la gestion de toutes les activités impliquées dans le sourcing et l'approvisionnement, la transformation et toutes les activités logistiques. Il inclut également la coordination et la collaboration avec des partenaires qui peuvent être des fournisseurs, des intermédiaires, des prestataires et des clients. Le SCM est une fonction d'intégration dont le rôle principal est d'intégrer les différents métiers et les différents processus dans et entre les entreprises au sein d'un modèle cohérent et performant. Il inclut toutes les activités de gestion de la logistique citées ci-dessus ainsi que les opérations de production. Et il pilote la coordination des processus et des activités au sein et entre le marketing, les ventes, le développement produit, la finance et les technologies de l'information.⁴⁰

³⁹David Doriol et thierry sauvage ; op ; cit ; p 22.

⁴⁰Rémy LE MOIGNE ;op ; cit ; p 7.

2.3. Les apports de la Supply Chain Management pour l'entreprise

2.3.1. Les apports financiers.

Grâce à l'intégration de la fonction SCM que l'entreprise a eu plusieurs améliorations financières, en particulier la maîtrise des coûts liés aux stocks, aux expéditions et aux frais d'exploitation, etc. ... dans le but de proposer des prix acceptés par les clients et obtenir un avantage concurrentiel par les coûts et par la marge bénéficiaire.

2.3.2. Les apports opérationnels

Il existe de divers apports qui sont apportés aux activités opérationnelles. On constate une productivité opérationnelle plus grande, une baisse des niveaux de stocks, des ruptures de stock moins fréquentes, réduction de temps de cycle de production, etc.

2.3.3. La satisfaction des clients

Le client cherche toujours le meilleur rapport (délai, qualité, prix), aussi la première préoccupation des entreprises et la satisfaction de leurs attentes, la réduction du temps de réponse aux commandes et à la livraison, et un meilleur service après-vente.

2.4. Les intervenants dans la Supply Chain Management

2.4.1. Les fournisseurs

La chaîne logistique est constituée par plusieurs acteurs, les fournisseurs sont les premiers intervenants, ils sont indispensables à toute entreprise pour obtenir des matières premières, machine, fournitures, la main d'œuvre, etc. ils constituent des négociateurs lors des achats, mais aussi pour les livraisons et la gestion des stocks.⁴¹

2.4.2. Le producteur

Est un particulier où un groupe engagé dans la production d'un bien ou d'un service à l'aide de facteurs de production acquis sur le marché dans le but de satisfaire la demande des clients (qualité, quantité, coût, délai et flexibilité).

⁴¹Claude demeure ; aide-mémoire marketing ; Edition DUNUD ; 6e Edition ; paris ; 2008 ; p 24

2.4.3. Les grossistes

Intermédiaires de commerce, ils achètent en gros aux producteurs ou au distributeur et vendent aux détaillants.

2.4.4. Les détaillants

Ce sont les boutiques, magasins ou commerce en ligne qui achètent la marchandise chez un grossiste (ou un fournisseur) pour la revendre directement au consommateur final.

2.4.5. Le client final

Un client est celui qui prend la décision d'acheter un bien, un produit ou un service, le client final lorsqu'il achète, c'est pour sa consommation propre, c'est l'acteur indispensable de la chaîne logistique.

2.5. Les fonctions de la Supply Chain Management

2.5.1. Achat et approvisionnement

Toute entreprise améliore sa compétitivité par le domaine des achats. Donc le rôle de la fonction Achat consiste à procurer à l'entreprise les produits et les services nécessaires à sa bonne marche tout en respectant les quantités qui lui sont demandées.⁴²

Il y'a une différence entre la fonction Achat et la fonction d'approvisionnement, car la première est (responsable d'acquérir des produits, service et prestations demandés par les clients internes, dans les meilleures conditions économiques, de qualités et de services, tout en maîtrisant les divers risques encourus à courts et moyens termes.)⁴³

Donc, les fonctions de l'acheteur identifient les fournisseurs, préparation des contrats, les appels d'offres, la négociation avec les fournisseurs...

La fonction d'approvisionnement est (responsable de l'exécution physique des contrats et du pilotage des flux physiques à court terme.)⁴⁴

⁴²André marchal ; Logistique globale, supply chain management, Edition ellipses, Paris, 2006, p 145.

⁴³Baglin (G) et autres, Management industriel et logistique, conception et pilotage de la supply chain, Edition ECONOMICA, 4eEdition, France, Paris, p 188.

⁴⁴Ibidem, p189

Donc, cette fonction induit les notions de prise de commande (les bons de commande), la planification des besoins, la gestion de transport, réceptionner la marchandise...

2.5.2. La production

Il s'agit d'utiliser des ressources humaines et/ou matérielles de l'entreprise pour la fabrication, le développement ou la transformation des matières premières et composantes achetées en produits finis ou services. Donc cette fonction de la production est au cœur de la chaîne logistique.

2.5.3. Le stockage

Une meilleure gestion des stocks est la clé pour générer des économies importantes et d'optimiser la chaîne logistique, pour pouvoir satisfaire et répondre aux demandes des clients. Un stock est un ensemble d'articles ou de marchandises accumulés dans l'attente de les utiliser, autrement dit, c'est une provision de produits en instance de consommation. Ils sont partagés entre les différents acteurs de la chaîne ; les fournisseurs, les producteurs et les distributeurs.

2.5.4. La distribution

C'est l'acheminement des produits des lieux de production jusqu'à le consommateur final. Et la qualité de service garantie une bonne chaîne logistique, en ce qui concerne le respect des délais de livraison, et la qualité du produit... donc il faut accorder une grande importance lors du choix d'une stratégie de distribution adaptée aux produits et aux clients.

2.5.5. Le transport

Le transport est un élément très indispensable dans la chaîne logistique depuis l'approvisionnement jusqu'à la distribution, exemple, le transport des composantes entre les usines, la livraison des produits finis aux clients...et pour satisfaire sa clientèle, ce dernier souhaite avoir une qualité de service, en ce qui concerne, les délais de livraison, le bon état de la marchandise livrée. Il existe différents modes de transport, tel que (le transport maritime, ferroviaire, routier ou aérien).

2.5.6. La vente

La fonction de la vente est une fonction indispensable dans une chaîne logistique. Le vendeur pourra offrir des prix plus compétitifs que la concurrence, si les autres fonctions précédentes ont été passées facilement et dans de bonnes conditions. Sinon les marges seront très étroites et les bénéfices seront pas très importants, voire même engendrer des pertes.

3. Gestion d'entrepôt et plate-forme logistique

On distingue entre les entrepôts où l'on stocke du matériel, et les plates-formes logistiques où l'on reçoit du matériel que l'on réexpédie immédiatement ou dans un délai très court (quelques heures à 2 jours) à son destinataire. On parle alors aussi de cross-docking, même s'il faudrait mieux réserver cette expression aux cas où l'allotement (Partage par lots), préparation de l'expédition aval avec mise en place d'étiquettes de destination, est anticipé par le fournisseur. On parle aussi souvent de hub. La distinction entre entrepôts et plates-formes n'est cependant pas aussi tranchée, car beaucoup utilisent les deux termes indifféremment. En outre, beaucoup de situations sont mixtes : ainsi un entrepôt d'usine peut stocker une partie des composants et produits de base nécessaires à la production et en recevoir d'autres en juste à temps avec un minimum de stock, sinon aucun.

3.1. Architecture du réseau de distribution

Le client à livrer est celui qui passe commande et paie la marchandise. Pour des produits finis, il ne s'agit pas du client final, a priori, deux types d'acheminement sont possibles :

L'acheminement direct de l'entreprise au client qui se justifie économiquement pour les clients importants et l'acheminement indirect.

L'acheminement indirect qui peut être confié à un prestataire (entreprise de messagerie), en particulier lorsque le client est un client final occasionnel (e-commerce, par exemple), mais pas seulement dans ce cas, implique le transit par un ou deux entrepôts ou plates-formes, voire plus, lorsque la distribution est à l'échelle planétaire.

3.1.1. Entrepôt ou plate-forme

La plate-forme joue un rôle de massification des flux (groupage) et de réorientation en fonction des provenances et des destinations. L'entrepôt est plus lié à une activité logistique. On y fait du cross docking, stockage, préparation de commande et expédition.

3.1.1.1. Définition d'entrepôt

C'est « une superstructure réalisée dans un port, dans un aéroport ou sur une plate-forme logistique ou à proximité d'une entreprise pour stoker des marchandises provisoirement afin de les acheminer en temps utile vers leur destination finale. »⁴⁵

L'entrepôt permet ainsi de réguler les besoins en marchandises d'une entité de production ou de distribution en fonction des contraintes des différents acteurs de la chaîne logistique (fournisseurs, transporteurs ...)

3.1.1.2. Définition de plate-forme

La plate-forme est une zone réservée à des activités de transport ou à des activités de transport et de logistique,⁴⁶ entre autres c'est un lieu dans lequel des marchandises qui arrivent sont immédiatement transbordées, après le tri sur des transports.

Lorsque la marchandise reste dans son emballage sans fractionnement et ne fait donc que transiter en l'état, on parle de cross-docking. Ceci implique non seulement une excellente coordination des arrivées et des départs, mais aussi un marquage précis des lots et parfois même un recyclage précis, la désorganisation engendrée par un mauvais marquage ou une mauvaise synchronisation provoquant rapidement la paralysie de la plate-forme. Cette organisation en plates-formes se retrouve dans la messagerie. Ce ci conclu que la plate-forme joue un rôle de massification des flux (groupage) et de réorientation en fonction des provenances et des destinations.

Ces entités sont positionnées sur la chaîne logistique globale et jouent un rôle déterminant en matière d'accélération et de fiabilisation des flux, tant physiques qu'informationnels.

⁴⁵ Marie-Madeleine Damien, Op, Cit, Page 188

⁴⁶ Marie-Madeleine Damien, Op, Cit, Page 349

Ces deux entités qui sont donc au cœur de la chaîne logistique globale, influent sur la performance de l'entreprise et même temps sur les délais, donc sur la qualité du service .la maitrise des entités de stockage représenterait la clé de succès des entreprises, des outils de performance et d'optimisation de la chaîne logistique dans un environnement globalisé ou les flux se complexifient de plus en plus.⁴⁷

3.1.2. Choix stratégique et positionnement

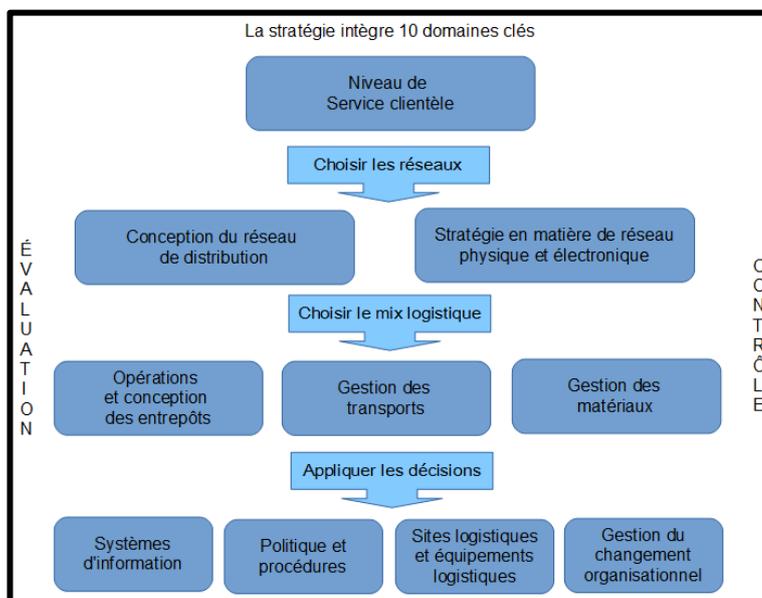
On peut tout d'abord vouloir déterminer l'emplacement optimal d'une plate-forme ou d'un entrepôt dont on connaît tous les points à approvisionner à partir de cet entrepôt et tous les points d'où proviennent les marchandises. C'est le problème de l'entrepôt unique.

Assez souvent, c'est un problème de plate-forme ou d'entrepôt régional pour un groupe industriel : les marchandises proviennent d'un petit nombre de points relativement éloignés, une ou plusieurs usines, mais les points à livrer sont nombreux et tous dans une même région ; il s'agit alors de trouver l'emplacement optimal dans cette région et les limites à donner à cette région.

3.1.2.1. Les choix stratégiques

❖ Place de l'étude d'entrepôt dans la stratégie logistique d'entrepôt

Figure N°3 :Stratégie logistique d'entrepôt



Source : A.K. Samii de William C. Copacino

⁴⁷<https://armelfrejuss.wordpress.com/2011/01/22/difference-entre-entrepot-et-plate-forme-logistique/> le 17/05/2018 à 11h40.

A.K. Samii de William C. Copacino grâce à ce schéma ci-dessus montre les dix composantes d'une stratégie logistique. La conception, l'étude de positionnement et l'étude d'un ou plusieurs entrepôts ou plates-formes doivent s'intégrer dans la stratégie logistique de l'entreprise et ne sauraient être réalisées indépendamment d'un plan logistique.⁴⁸

➤ **Le niveau de service clientèle** est la décision stratégique de base qui recouvre l'établissement d'un éventail de services logistiques pour chaque segment de clientèle.

➤ **La conception du réseau de distribution** permet de définir le rôle que l'on veut donner à des distributeurs ou d'autres intermédiaires par rapport à ses moyens propres.

➤ **La stratégie en matière de réseaux physiques** permet de déterminer les cycles logistiques, le rôle, l'emplacement et la taille des entrepôts et plates-formes, d'en évaluer les coûts et d'en mesurer l'impact sur le service client

➤ **Dans le choix du mix logistique**, la conception des entrepôts et de leur gestion doit répondre à des questions importantes sur l'externalisation ou non des entrepôts et plates-formes et de leur gestion. C'est à cette occasion que seront tranchées les problèmes de positionnement fin, d'automatisation ou non et d'organisation des entrepôts.

➤ **L'application des décisions** précédentes va se traduire en ce qui concerne les entrepôts et plates-formes par des procédures techniques de réalisation sensiblement différentes selon les options prises au niveau précédentes.

❖ **Entrepôt privé et entrepôt public**

Le choix entre entrepôt public ou entreposage privé est en principe simple et souvent présenté ainsi ⁴⁹:

➤ **L'entrepôt public** se caractérise par le fait que son entreposeur met l'espace de stockage à la disposition d'une clientèle externe diversifiée (entrepôts). Il s'agit donc d'une prestation logistique de type 3PL. Les marchandises entreposées dans un entrepôt public appartiennent à un ou plusieurs clients qui ont chacun loué un espace de stockage pour une durée déterminée. Les locaux de l'entrepôt public font obligatoirement l'objet d'un agrément public.

⁴⁸ <http://jackadit.com/index.php?page=gpstock7> vu le 20/05/2018 à 10h52.

⁴⁹ Documentation de la DGITM (Direction générale des Infrastructures, des Transports et de la Mer) – France <http://www.logistiqueconseil.org> vu le 20/05/2018 à 13h

➤ **L'entrepôt privé** à la différence de l'entrepôt public où l'exploitant de l'infrastructure met à la disposition d'une clientèle externe, la principale caractéristique de l'entrepôt privé réside dans le fait que son exploitant (propriétaire ou loueur de l'infrastructure) est aussi l'unique propriétaire des marchandises qui y sont stockées (entreposeur et entrepositaire ne font qu'une même personne). Le bâtiment et les marchandises appartiennent à la même personne.

Avec des prestataires, il y a souvent un minimum de facturation ou des accords de réservation de surface et de moyens qui ressemblent à des charges fixes et d'autre part les prix sont le plus souvent dégressifs et non pas proportionnels aux volumes. Pour l'entreposage privé, la part des charges variables est réduite, car le personnel est normalement stable et l'appel à du personnel intérimaire est limité. Néanmoins, en fonction du degré d'automatisation de l'entrepôt, il existe des différences très sensibles de coûts. L'exploitation par une entreprise logistique dans des locaux dédiés ou dans ses propres locaux suppose des accords d'assez longue durée avec des engagements réciproques. Les choix entre les différentes formules doivent donc être étudiés au cas par cas.

❖ **Tendance à la réduction du nombre des entrepôts**

Depuis quelques années, on constate une tendance forte à la réduction du nombre d'entrepôts. Ceci résulte de deux facteurs :

➤ L'accélération des vitesses des flux au sein de la supply chain et la préférence apportée au "Juste à temps" : cette tendance pourrait être freinée dans l'avenir par l'augmentation des coûts des transports routiers;

➤ La variabilité d'une demande exprime l'importance des variations de la demande autour d'une moyenne. Une demande qui varie chaque mois entre 80 et 120 unités n'est pas identique à une demande qui varie entre 20 et 180 chaque mois, même si ces deux demandes ont la même moyenne. Cette variabilité s'exprime le plus souvent en écarts-types ou écarts absolus moyens. Cette variabilité de la demande oblige à avoir des " stocks de sécurité " d'autant plus importants que la variabilité est grande.

On démontre que lorsqu'on regroupe les demandes d'un même produit, par exemple les demandes de plusieurs entrepôts équivalents sur un seul entrepôt, cette variabilité du regroupement n'est pas proportionnelle au nombre d'entrepôts regroupés, mais à la racine de ce nombre.

3.1.2.2. Positionnement d'un entrepôt

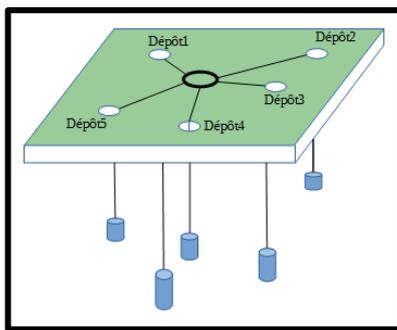
❖ Le principe du barycentre

La méthode de barycentre permet à déterminer le centre d'un réseau de point à desservir dont les coordonnées sont pondérées par un indicateur de trafic pouvant être exprimé en poids, volume, distance, nombre de lignes de commandes...

Le but étant de réduire les coûts de déplacements ou les distances, afin de se placer au plus près de ses clients (internes ou externes). Les clients n'ont pas toujours la même importance, il faut donc en tenir compte également dans la pondération.⁵⁰

Pour comprendre le principe du barycentre, on peut s'imaginer le dispositif suivant :

Figure N°4 : Principe du barycentre



Source : <http://jackadit.com/index.php?page=gpstock7> vu le 20/05/2016 à 13h30

- D'une table avec un plan de la région à couvrir,
- De trous à l'emplacement de chacun des points à livrer,
- D'un anneau relié par des fils à des poids proportionnels au tonnage à transporter à ce point,
- chaque fil passe par un des trous représentant l'emplacement d'un point de livraison.

L'anneau se positionne spontanément au "barycentre" du plan, là où devrait être l'entrepôt pour minimiser les tonnes-kilomètres.

Un tel dispositif n'est jamais réalisé. Il est strictement pédagogique. On le reconstitue par le calcul :

- On détermine les distances entre chaque site susceptible d'être retenu comme site de l'entrepôt et chaque point de livraison,

⁵⁰ Yves Pimor, Michel Fender, Logistique ; édition DUNOD, 5e édition, paris, 1998-2005-2008, p220

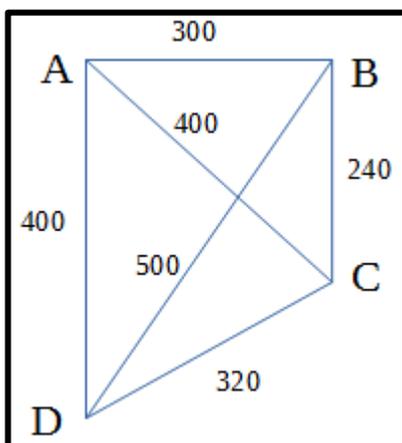
- On détermine les quantités à livrer en chaque point pour une période de temps représentative,
- On calcule ensuite pour chaque site la somme des produits "Tonne x Kilomètres".

La méthode du barycentre

- **Étape 1** : Construire un repère orthonormé c'est de construire un repère orthonormé en bordure des points à desservir puis tracer et identifier les axes
- **Étape 2** : déterminer les coordonnées des points connus c'est de mesurer les distances séparant pour chaque point des axes.
- **Étape 3** : Correction du trafic si l'implantation est différée
- **Étape 4** : construction du tableau qui permet de pondérer les coordonnées par la valeur du trafic en multipliant chaque coordonnée par le trafic correspondant.
- **Étape 5** : calcul des coordonnées du barycentre
- **Étape 6** : Localisation du barycentre reporter sur le plan les coordonnées obtenues puis tracer à partir de ces points et enfin l'intersection est le barycentre.
- **Étape 7** : Correction éventuelle du barycentre en déplacer le point d'implantation en fonction des contraintes

❖ La méthode de centration

Figure N°5 : La méthode de centration



Source : <http://jackadit.com/index.php?page=gpstock7#chap2d> vu 20/05/2018 à 15h

Si l'on veut déterminer l'emplacement de l'entrepôt principal à partir d'un des lieux de livraison, il suffit de calculer comme ci-dessus le total des kilométrages depuis chacun des lieux possibles : c'est alors le lieu optimal.

On peut aussi pondérer les distances par les tonnages. Si les tonnages concernés sont respectivement de 500, 300, 120 et 400 tonnes pour A, B, C et D, on calcule :

$$A : = 400*300 + 120*400 + 300*400 = 288\ 000 \text{ T/km}$$

$$B : = 120*240 + 300*500 + 500*300 = 328\ 800 \text{ T/km}$$

$$C : = 300*320 + 500*400 + 400*240 = 392\ 000 \text{ T/km}$$

$$D : = 500*400 + 400*500 + 120*320 = 438\ 400 \text{ T/km}$$

3.2. Fonction principale d'entrepôt et plate-forme

La fonction principale de l'entrepôt ou la plate-forme est le traitement des commandes des clients, cette fonction se passe par trois phases principales qui sont ; la réception des de la marchandise, stockage (suivi des stocks), et l'expédition de la marchandise.

3.2.1. La réception de la marchandise

Passé par plusieurs étapes :

- Préparer la réception de la marchandise : prévoir le personnel et les moyens de manutention qui seront nécessaires.
- Déchargées la marchandise et entreposée dans la zone de réception.
- Contrôler la marchandise : vérifier la conformité de la livraison avec le bon de commande, et vérifier également que les marchandises ne sont pas endommagées.
- Si la livraison n'est pas conforme, le réceptionnaire peut soit refuser la livraison soit indiquer ses réserves sur le bon de livraison.
- Entreposer les marchandises : les marchandises contrôlées sont transférées vers la zone de stockage.⁵¹

⁵¹LEMOIGNE Rémy, « Supply chain management »; Edition DUNOD ; Paris ; 2013 ; p 237

3.2.2. Le suivi des stocks

➤ **Suivre les niveaux de stock**

Suivre la quantité de chaque produit en stock et les emplacements utilisés, en utilisant des fiches de stock ou une application de gestion des stocks. Le stock théorique permet de gérer les stocks physiques en quantité (pour le réapprovisionnement ou le prélèvement) et en valeur (pour la valorisation des stocks).

➤ **Réaliser les inventaires physiques**

Le stock théorique peut ne pas être égal au stock physique à cause d'une erreur dans la déclaration de l'entrée d'un produit en stock (quantité, référence) ou la non-déclaration d'un produit endommagé. Et l'inventaire physique permet de mesurer et corriger les écarts entre les stocks théorique et physique en volume et en valeur.

- Inventaire périodique : consiste à compter périodiquement tous les produits stockés dans l'entrepôt, et ce fait de manière annuelle.

- Inventaire tournant : consiste à compter les produits en stock (chaque semaine par exemple) afin d'évaluer le taux de fiabilité des stocks. La liste des produits à compter sur une période est souvent constituée sur la base d'une analyse ABC exemple : un produit de la classe A sera généralement compté plus souvent qu'un produit de la classe B ou C.

➤ **évaluer la valeur des stocks.**

Soit par le coût de production dont le calcul est issu de la comptabilité analytique, ou par le coût estimé d'acquisition avec plusieurs méthodes de calcul ; la méthode de coût moyen pondéré (CUMP), la méthode du premier entré premier sorti (FIFO), la méthode de dernier entré premier sorti (LIFO)⁵².

⁵² LEMOIGNE Rémy ; op.cit. ; p.238-241.

3.2.3. Expédition de la marchandise

➤ **Préparer l'expédition des marchandises**

Prévoir le personnel et les moyens de manutention qui seront nécessaires, planifier les rendez-vous avec les transporteurs ou les enlèvements avec les clients

➤ **Prélever la marchandise**

Le préparateur ne prélève pas les commandes par client, mais recense les marchandises à prélever en stock pour préparer une ou plusieurs commandes. Il existe 02 méthodes de prélèvement :

✚ **Le préparateur se déplace vers les marchandises** : il existe différentes façons de prélèvement :

- Prélèvement par commande ou en rafale (un préparateur pour une commande)

- Prélèvement par groupe de commandes (un préparateur pour plusieurs commandes).

La liste de prélèvement est triée par produit afin de limiter les déplacements du préparateur.

- Prélèvement par zone de stockage ou par allotissement (plusieurs préparateurs pour une ou plusieurs commandes). la liste de prélèvement est triée par zone géographique de l'entrepôt. Pour limiter les déplacements, chaque préparateur affecté a prélevé dans une zone donnée.

✚ **Les marchandises se déplacent vers le préparateur** : le préparateur est positionné à un endroit fixe et les produits sont acheminés vers lui à l'aide d'un convoyeur par exemple.

➤ **Trier les marchandises**

Le tri des marchandises est nécessaire si le prélèvement n'a pas été listé par commande. Pour simplifier le tri, le préparateur scanne le code à barres d'un article prélevé avec un dispositif de (pick to light out) cet appareil lui indique à l'aide d'un signal lumineux, dans quel contenant l'article prélevé doit être déposé.

➤ **Conditionner les marchandises**

Le conditionnement peut être réalisé soit :

- Pendant le prélèvement (Pick and pack), le produit prélevé est rangé directement dans le conditionnement qui sera utilisé pour le transport (carton, palette, filmage...).

- Après le prélèvement (pick then pack), les produits sont conditionnés sur la zone d'expédition.

- Expédier les marchandises : décharger les marchandises dans les moyens de transport pour être expédiées. Et envoyer un avis préalable d'expédition (Advanced shipping notice out ASN) qui est un document électronique permet d'informer le client d'une expédition à venir avec des détails sur la nature et la quantité de marchandises expédier⁵³

3.3. Emballage, manutention et conditionnement.

Emballage et conditionnement sont deux termes proches utilisés dans le jargon de la logistique. Le plus souvent confondus l'un à l'autre, sachant que :

3.3.1. L'emballage et conditionnement

Quelle que soit sa forme, ou la matière avec laquelle il est fabriqué, l'emballage a pour fonction principale de protéger le produit contre toute dégradation due à des agents extérieurs. Il permet d'assurer dans les conditions optimales les diverses opérations logistiques sur le produit (manutentions, transport et stockage).

« Selon les incoterms 2000, elle stipule que le vendeur doit emballer la marchandise de façon appropriée pour le transport, à condition que les modalités de transport lui aient été indiquées avant la conclusion du contrat de vente. »

Alors que le conditionnement est un emballage primaire (première enveloppe ou premier contenant). C'est-à-dire celui qui est au contact direct avec le produit. Moins orienté vers la protection contre d'éventuels agents extérieurs

⁵³LEMOIGNE Rémy ; op.cit. ; pp.241-144.

3.3.1.1. Choix d’emballage

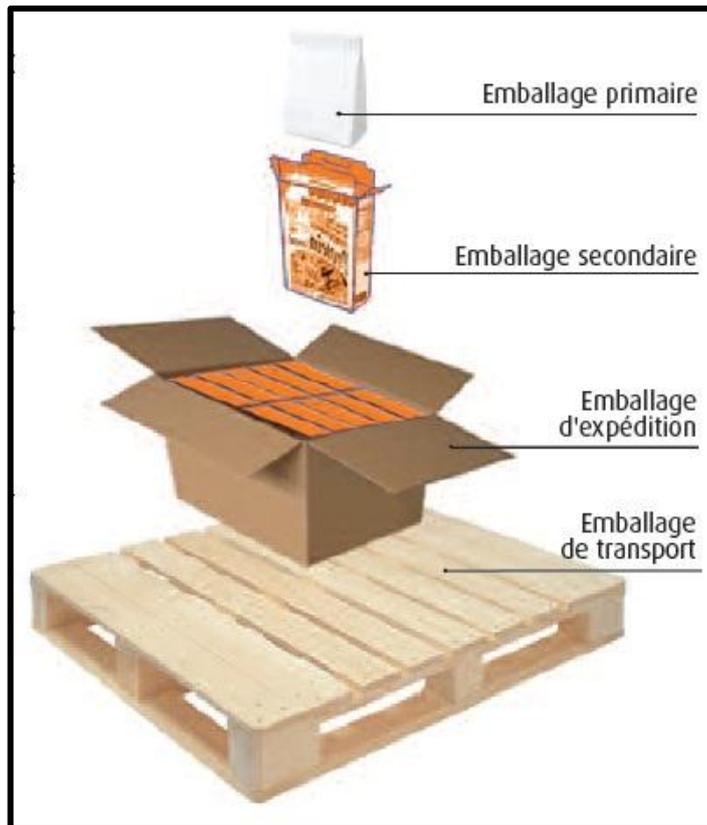
Si le choix des conditionnements ressort directement du marketing, le choix d’un emballage est aussi une décision importante, car il conditionne les modes de transport retenus et doit d’autre part protéger contre les différents risques que court la marchandise pendant le transport⁵⁴ :

- Perte ;
- Avarie (coup de fourche de chariot, écrasement, chute, etc.) ;
- Mouille (pluie, embruns, inondations, humidité, etc.) ;
- Chaleur ou froid ;
- Vol (25 % des avaries à l’international).

Ces risques doivent être évalués par rapport à la nature de la marchandise, aux destinations prévues, aux modes de transport envisagés et à leurs ruptures de charge.

Figure N°6 : Emballage et conditionnement

⁵⁴Yves Pimor, Michel Fender, op.cit. , p248



Source : <https://www.pagesjaunes.fr/pros/57745814> vu le 21/05/2018 à 14h10

Les conséquences de la réalisation de ces risques peuvent être importantes :

- Perte de la marchandise non remboursée par le transporteur ou l'assureur s'ils prouvent que la perte résulte d'un défaut d'emballage ;
- Obligation de livrer le même produit au client par le moyen le plus rapide
- Perte d'image de marque et insatisfaction du client.

Une bonne protection contre ces risques coûte plus ou moins cher ; elle s'obtient par :

- Un choix d'emballage et la qualité de sa réalisation ;
- La certification éventuelle de l'emballage pour éviter qu'on l'accuse en cas d'avarie ;
- Une assurance d'autant plus chère que les risques sont plus grands

Il arrive que des entreprises de distribution ou même de petites entreprises de production se refusent à utiliser d'autres emballages que les emballages d'origine des matériels qu'elles distribuent, ce qui est économique, mais peut être à la fois une perte de temps importante pour devoir adapter des emballages aux colis qu'elles réalisent et une perte de qualité pour le transport et la manutention. On notera par ailleurs que dans le cas d'avaries, les transporteurs peuvent mettre en cause la qualité de l'emballage pour se libérer de leur

responsabilité. C'est le cas particulièrement en transport international y compris le transport routier.

3.3.1.2. Étiquetage

Pour bien assurer le transport et le stockage, le produit doit être étiqueté en plus des conditionnements primaires et secondaires :

- par carton (conditionnement tertiaire) ;
- par palette ou conteneur (emballage).

Les codes à barres comprennent :

Figure N° 7 : code à barres



Elaboré par nos soins

- le numéro séquentiel du colis : SSCC (Serial Shipping Container Code) ;
- le code de l'unité logistique ;
- les autres informations en clair.

Figure N°8 : étiquetage



Source : <http://www.presanse-pacacorse.org/a/486/etiquetage-des-produits-chimiques/vu> le 21/05/2018 à 15h19

Par ailleurs, il est important que tous les colis portent en plus des étiquettes des pictogrammes précisant les conditions de manutention et de stockage.

On doit trouver sur chaque colis contenant de telles marchandises dangereuses :

- Une étiquette signalant le danger.
- L'identification du produit.
- Les informations de certification de l'emballage.
- Le nom du pays où ont été faits les essais.
- Le nom du laboratoire d'essai.
- Le numéro de référence de l'épreuve.
- Le nom du fabricant de l'emballage.

Des marques standard de colis sont définies du type :

- UN pour Nations unies
- 4G = codification des caisses cartons
- Y = groupe d'emballage
- 15 = masse brute maximale

– S = solides en vrac

– 02 = année de fabrication

Les groupes d’emballage sont :

– I produits très dangereux marque X ;

– II produits moyennement dangereux marque Y ;

– III produits peu dangereuse marque Z.

3.3.1.3. Les palettes

La palette⁵⁵ est une unité de chargement, souvent à ossature bois, mais aussi, pour des raisons d’hygiène, de plus en plus en matière plastique. Elles sont utilisées par tous les modes de transport : aérien, routier, ferroviaire, fluvial et maritime. Leur recours facilite les ruptures de charges et la mise en place des chaînes logistiques multimodales.

Plateau rectangulaire aux dimensions standardisées, le plus souvent en bois, sur lequel on peut poser une certaine quantité de marchandises, la palette constitue une unité de charge manipulable et déplaçable avec un chariot élévateur à fourche ou un transpalette. Les palettes sont avec les chariots élévateurs ou transpalettes qui servent à les manipuler, la base même de la logistique moderne et leur gestion mérite un examen attentif. Elles doivent être munies d’une étiquette de transport, car elles constituent physiquement un conditionnement de transport et juridiquement un « colis » pour les contrats types de transport routier de marchandises.⁵⁶

3.3.2. La manutention

Les moyens techniques de manutention constituent une des composantes fondamentales de la logistique.

3.3.2.1. Les chariots élévateurs, gerbeurs et transpalette

➤ Les transpalettes à main

Le transpalette motorisé à main est un appareil de manutention à faible levée et pour conducteur à pied. Il s’adapte exclusivement à la configuration typique d’une palette. Les

⁵⁵ Marie-Madeleine Damien, op.cit., p330

⁵⁶ Yves Pimor, Michel Fender, op.cit. , p254

charges doivent donc être « palettisées » (déposées sur une palette) pour être déplacées par le transpalette.

Figure N°9 :transpalettes à main



Source :<http://www.csst.qc.ca/prevention/theme/manutention/fiches/Pages/Transpalette-motorise-a-main.aspx> vu le 26/05/2018

➤ **Les transpalettes électriques à timon**⁵⁷

Elles ont une batterie d'environ 24 V et 200 Ah, un moteur électrique de levée et un autre de traction qui permet à l'opérateur de ne pas avoir à pousser la palette. Le déplacement s'opère à 70 m environ à la minute (4,2 km/h) et l'opérateur accompagne à pied le transpalette. Ils sont particulièrement utilisés pour charger ou décharger les camions par l'arrière à partir d'un quai avec une passerelle ou pour préparer une expédition. La tête de timon contient les organes de commande du levage et du déplacement et sert au freinage (angles hauts et bas du timon). Comme ils sont relativement étroits, ils sont particulièrement utilisés dans la grande distribution pour la mise en rayon des marchandises.

➤ **Les gerbeurs ou transpalettes gerbeurs**

⁵⁷Yves Pimor, Michel Fender, op.cit. , p263

Le gerbeur est une machine de manutention permettant le gerbage de la marchandise: autrement dit l'élévation et l'empilage de charges, ou encore le stockage en hauteur. Il existe des gerbeurs manuels, semi-électriques, ou électriques. Généralement compactes, ergonomiques, les gammes de gerbeurs offrent des applications diverses proche cousin du transpalette, ce dernier est capable de lever les palettes, jusqu'à 5 mètres de hauteur. C'est la machine de manutention la plus couramment utilisée au sein des entrepôts de stockage.

➤ **Les chariots**

Constituent l'outil de base de la manutention logistique actuelle. Il est destiné à un usage intense, le chariot élévateur tout-terrain est capable de soulever des charges de 1 à 50 tonnes. Il s'adapte à toutes les distances, quel que soit le type de terrain. Il est apprécié pour sa grande polyvalence et sa robustesse, mais aussi pour sa vitesse.

➤ **Le chariot à mât rétractable**

Aussi efficace que le chariot élévateur tout-terrain en termes de capacité de charge, le chariot à mât rétractable procure les mêmes fonctions, convient à un usage intense et s'adapte à toutes les distances avec l'avantage d'une grande polyvalence, d'une bonne vitesse et d'une robustesse éprouvée. Il peut aussi servir à récupérer des marchandises emmagasinées en hauteur dans les entrepôts, dans les entreprises de logistique ou encore au sein des centres de distribution.

➤ **Le chariot à fourche pivotante**

pour saisir une palette avec un chariot, il faut déplacer la fourche et donc le chariot dont elle est solidaire, pour l'amener sous la palette, puis remonter la fourche, puis déplacer à nouveau le chariot pour sortir la palette du palettier et remettre le chariot dans le sens de l'allée.

Conclusion

Vu à la complexité de la chaîne logistique le management de la supply chain permet de garantir l'organisation de toutes les activités qui ont une influence directe et considérable sur la performance de l'entreprise et permet d'assurer une collaboration étroite avec les

différents acteurs logistiques. Ce qui la rendu un élément primordial dans la stratégie des organisations des entreprises.

Chapitre III

Suivi de la chaine logistique de l'exportation du sucre

CHAPITRE III : Suivi de la chaîne logistique de l'exportation du sucre

Introduction

Afin d'appuyer notre travail théorique exposé dans les deux chapitres précédents, nous allons développer et montrer comment se déroulent l'acheminement et la procédure d'exportation du sucre de l'entreprise d'accueil à l'international, tout en expliquant les étapes de la logistique à l'international.

Notre stage effectué au niveau du département commerce export du complexe agroalimentaire CEVITAL-Bejaia, d'une période d'un mois s'étalant du 1er au 30 avril, avait pour objectif l'analyse et l'évaluation des différentes étapes de la chaîne logistique du sucre à l'international. Nous avons choisi CEVITAL, car c'est la première entreprise privée exportatrice en Algérie, notre thème est en parfaite adéquation avec cette grande entreprise qui utilise la logistique pour avoir une maîtrise parfaite des coûts, du temps et de tous les éléments clés pour être compétitif, aussi bien au niveau national qu'à l'international.

Nous tenterons à travers ce chapitre d'expliquer l'opération d'exportation et en particulier le sucre blanc, ainsi que les intervenants dans cette opération, selon l'ordre chronologique.

1. Identification du groupe CEVITAL

Leader sur le marché algérien, le groupe Cevital est une très grande entreprise reconnue en Algérie grâce à sa contribution au développement de l'industrie agroalimentaire nationale. Elle vise à satisfaire les besoins du marché national tout en visant le marché international, en offrant une large gamme de produits de qualité.

Dans cette section nous allons exposer l'historique de l'entreprise CEVITAL, ses différentes activités et directions.

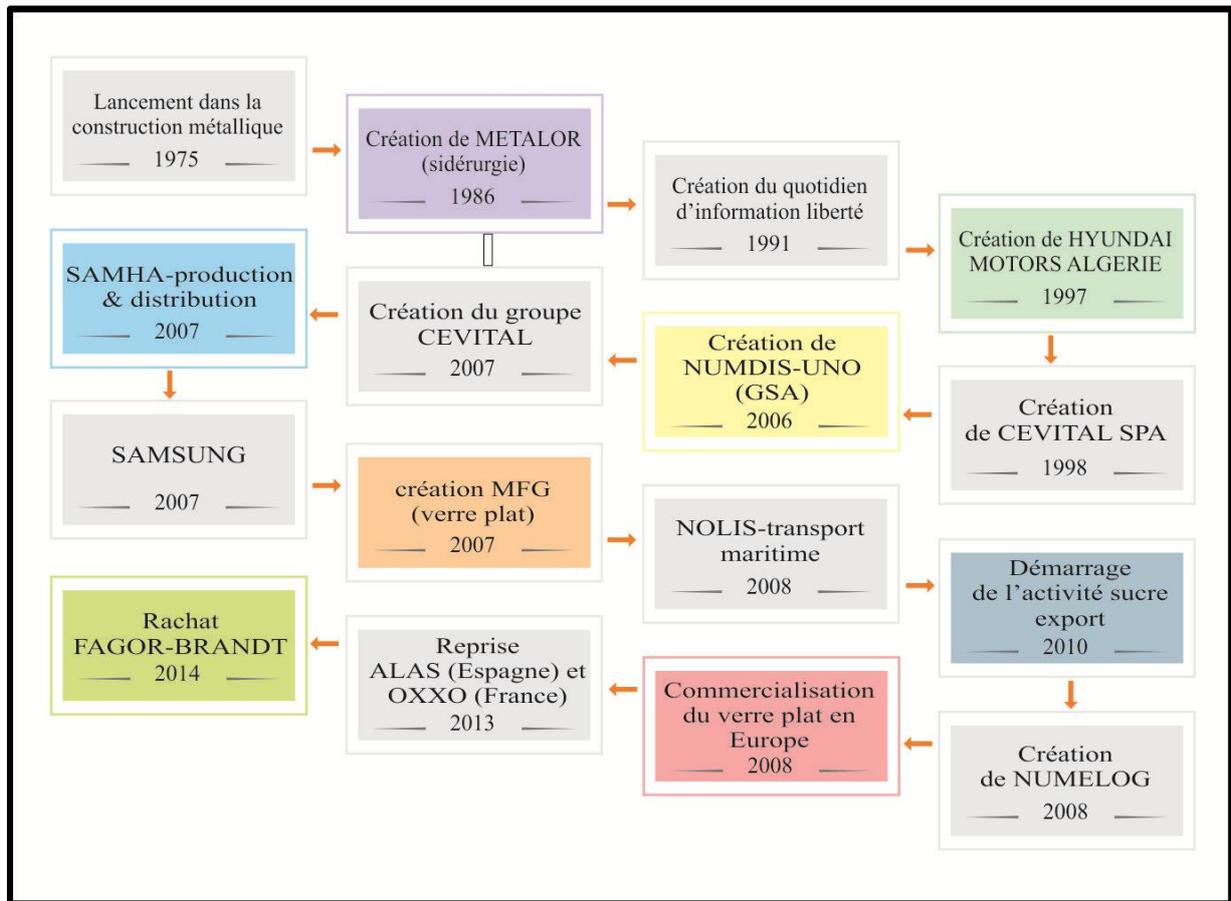
1.1. Historique

Le groupe Cevital est une grande entreprise familiale algérienne bâtie sur une histoire, un parcours et des valeurs qui en ont fait sa réussite et sa renommée, créée par l'entrepreneur ISSAD Reberab le 02 mai 1998. C'est une société par actions (SPA), dont les actionnaires principaux sont M. ISSAD et Fils (Omar, Malik, Linda, Yacine et Salim). Elle a été créée avec des fonds privés, et constitue la première société privée algérienne à avoir investi dans plusieurs secteurs d'activités. Elle englobe 26 filiales aux activités diversifiées: agroalimentaire, grande distribution, industrie, services et immobilier. Elle est la première et le plus grand complexe privé en Algérie. Elle est implantée à l'extrême- Est du port de Bejaia, une partie située à l'arrière-port à 200 m du quai, alors que la grande partie de ses installations est édifiée sur un terrain récupéré d'une décharge publique situé à proximité du port. Le terrain d'implantation est une concession d'une durée de 30 ans avec renouvellement du contrat.

CEVITAL négocie avec de grandes sociétés commerciales en France, et en Suisse et autres sociétés spécialisées dans l'import-export. Ses produits se vendent aujourd'hui dans plusieurs villes africaines, dont Lagos, Niamey, Bamako et Tunis.

Pour pouvoir se développer l'entreprise a traversé d'importantes étapes durant son histoire au fil des temps afin d'atteindre ce qu'elle est aujourd'hui, est ce qu'elle deviendra dans le futur en visant toujours plus loin

Figure N°10 : Développement de CEVITAL



Source : élaboré par nos soins

Le Groupe s'est, ainsi, développé au fil des investissements, autour de l'idée forte de bâtir un ensemble économique portée par 18 000 collaborateurs, dont 15 000 en Algérie. Grâce à sa diversification, plus de 15 000 emplois ont été créés et reste à espérer dans l'avenir que l'entreprise se développera davantage.

1.2. Situation géographique

Le complexe cevital est implanté à l'extrême du port de Bejaia à 3 km au sud-ouest du centre-ville. Une partie des constructions est située dans le port à 200 M du quai, alors que la plus grande partie des installations est édifée sur les terrains récupérés, situés à proximité du port.

➤ **Au niveau de Bejaia**

CEVITAL occupe une place stratégique au niveau de Bejaia lui facilitant la relation avec son environnement antérieur et, le fait qu'elle se situe au niveau du port de Bejaia lui faciliter l'exportation de ces produits, les installations de cette entreprise au niveau de la ville de Bejaia, regroupent :

- Raffinerie Huile,
- Raffinerie du sucre,
- Margarinerie,
- Silos portuaires.

➤ **Au niveau d'El Kseur**

Le groupe Cevital a racheté en novembre 2006 une unité de production de jus de fruits cojek, qui était sous la direction de SOGEDIA, dans le but de préserver les entreprises algériennes.

➤ **Au niveau de Tizi-Ouzou**

Exactement à Agouni Gueghrane à la montagne de Djurdjura qui culmine à plus de 2300 m, l'unité d'eau minérale Lalla-Khadidja a été inaugurée en juin 2007.

1.3. Les différentes activités de l'entreprise

Le Complexe Agro-alimentaire est composé de plusieurs unités de production :

1.3.1. Huiles végétales

Cevital possède actuellement trois marques d'huile qui sont :

➤ **FRIDOR** :est fabriqué de plusieurs huiles essentielles (SOJA, TOURNOSOL, PALME), c'est une huile équilibrée (100% des trois composantes); elle contient de la vitamine E.

L'huile FRIDOR est conditionnée dans des bouteilles en PET, transparentes de :

- un (1) litre : une palette contient 85 fardeaux, chacun contenant 10 bouteilles.

-Deux (2) litres : une palette contient 75 fardeaux, chacun contenant 6 bouteilles.

-Cinq (5) litres : une palette contient 168 bouteilles.

➤ **ELIO** : est une huile composée des huiles de SOJA et de PALME, c'est une huile 100% végétale qui est naturellement riche en vitamine E. L'huile ELIO est conditionnée dans des bouteilles en PET, transparentes de (1 à 5 litres).

➤ **FLEURIAL** : est une huile pure, légère, extraite des graines de tournesol, c'est une huile qui est sans cholestérol, riche en vitamines E, A et D. L'huile Fleurial est conditionnée dans des bouteilles en PET transparentes de (1 à 5 litres).

La capacité de production de CEVITAL est de : 570 000 tonnes /an. Elle détient 70% de la part du marché national, et exporte le surplus vers le Maghreb et e Moyen-Orient, en projet pour l'Europe.

1.3.2.Margarinerie et graisses végétales

Cevital produit une gamme variée de margarine riche en vitamines A, D, E. Certaines sont destinées à la consommation directe-t-elle que matina, rania, le beurre gourmand et fleurial, d'autres sont spécialement produites pour les besoins de la pâtisserie moderne ou traditionnelle, à titre d'exemple la Parisienne et médina (smen).

Sa capacité de production est de 180.000 tonnes/an. Elle détient 30% de part du marché national, sachant que l'entreprise exporte une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen-Orient

1.3.3.Sucre blanc.

Le sucre raffiné de Cevital est issu du raffinage du sucre roux de canne (importé) riche en saccharose. Elle dispose d'infrastructures et d'équipements modernes qui lui permettent de produire.

1.3.4.Sucre liquide

Il est produit pour les boissons de l'industrie agroalimentaire, et plus précisément, pour les producteurs des boissons gazeuses. Son conditionnement se fait dans des citernes.

1.3.5. Silos portuaires

La capacité que contiennent les silos de CEVITAL est de 182 000 tonnes maximum et celle du terminal de déchargement portuaire est de 2000 tonnes par heure. Aujourd'hui un projet d'extension est en cours de réalisation.

La capacité de stockage actuelle est de 120 000T en 24 silos verticaux et de 50 000 T en silo horizontal, et de capacité de stockage est de 200 000 Tonnes en 25 silos verticaux et de 200 000 Tonnes silos horizontaux.

1.3.6. Boissons (Eau minérale, boissons gazeuses, jus de fruits)

Lalla Khedidja est une eau de montagne, oligo-minérale non gazeuse, dont le parcours géologique est protégé contre toute pollution. Disponible sous emballage PET, en deux formats 1,5L et 0,5L, aujourd'hui avec une nouvelle conception d'emballage de 1L et de 2L.

Tableau N°10 : Conditionnement de bouteille d'eau

	Bouteilles/Fardeau	Fardeau/Palette	Fardeau/Palette
Lalla Khedidja 0,5L	12	144	1 728
Lalla Khedidja 1,5L	6	122	672

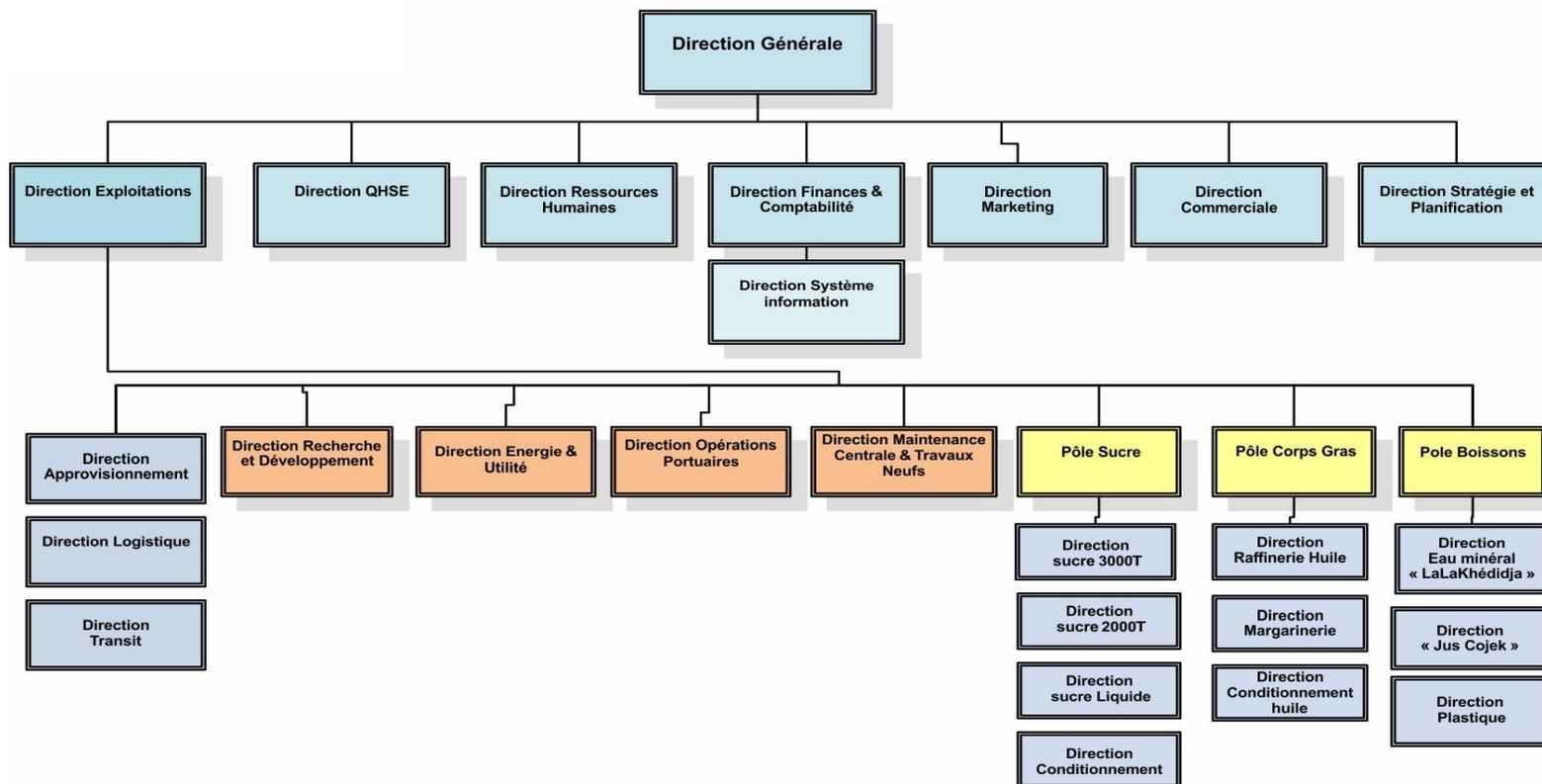
Source : élaboré par nos soins

La capacité de production d'eau minérale « Lalla Khedidja » est de 3 000 000 bouteilles par jour.

L'achat de l'entreprise Cojek d'El Kseur (conserve et jus) pour un montant de 1,07 milliard de dinars.

1.4. La structure hiérarchique et les différentes directions du groupe CEVITAL

Figure N°11 : Organigramme de CEVITAL



Source : Document interne à l'entreprise

La direction générale de l'entreprise CEVITAL est composée d'un secrétariat et 19 directions :

1.4.1. La direction marketing

Pour atteindre les objectifs de l'entreprise, la direction marketing 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 nationaux et internationaux.

Les équipes marketing produisent des recommandations d'innovation, de rénovation, d'animation 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 la direction marketing, jusqu'au lancement proprement dit et à son évaluation.

1.4.2. La direction des ventes et commerciale

Structure essentielle du complexe, elle est chargée de :

- La mise en œuvre de la politique commerciale du groupe et du complexe ;
- Assurer la bonne relation clientèle et sa satisfaction ;
- Veiller à la réalisation des objectifs de vente du complexe en participant à la politique de distribution sur le territoire national et à l'étranger.

1.4.3. La direction export (transit)

Nous avons effectué notre stage au sein de cette direction où on trouve les différents intervenants :

➤ **Chef départements export** il contribue à développer les ventes du sucre de l'entreprise CEVITAL à l'étranger. Il a en charge une équipe de commerciaux export qu'il forme et manage. Responsable des dossiers du début à la fin (du premier contrat à la livraison finale des produits), il analyse les besoins des clients, leur fait des propositions commerciales, négocie les contrats et traite les commandes et programme les expéditions.

- **Chef service fret** Il organise et gère le stockage et la prise en charge physique des marchandises en magasin de leur arrivée à leur départ. Poste en horaire décalé, l'agent de fret travaille dans les magasins situés en zone de fret.

- **Chef service back-office** le métier de responsable back-office consiste à contrôler les flux, s'occupe de faire le connaissement (bill of lading), le certificat d'origine et le booking.

- **Approvisionnement** A comme rôle l'obtention d'une autorisation en douane et police afin de mettre les conteneurs à bord du bateau, ainsi le suivi du tableau de bord export et la coordination de la mise à quai.

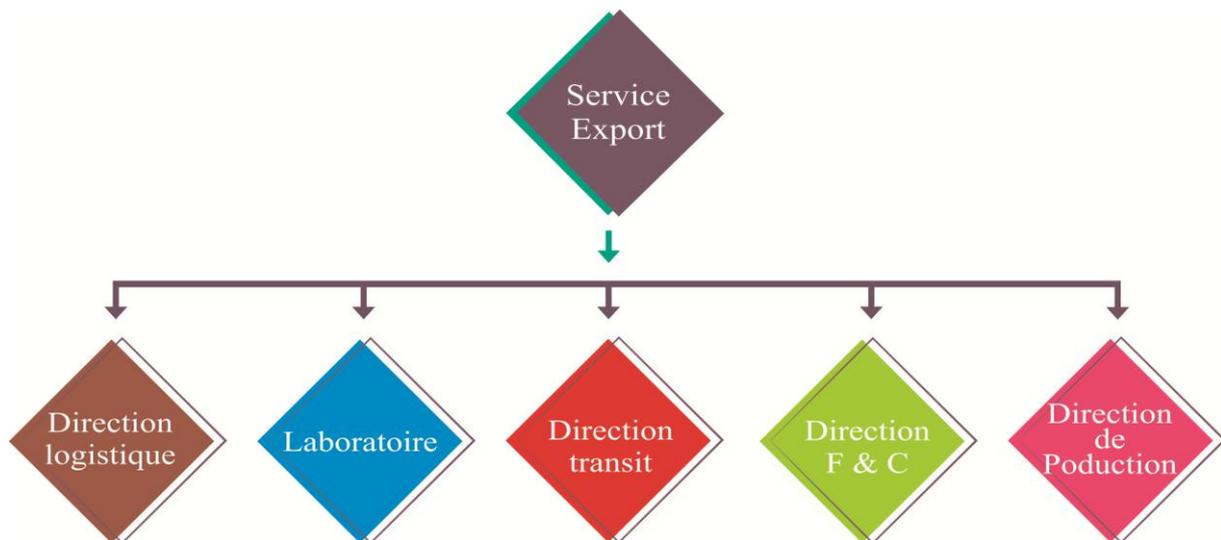
- **Chef Service Facturation** est le responsable du règlement de tous les frais d'exportation, établit les bons de livraison sur le SAGE et le suivi des attestations de rapatriement.

- **Chef service de quai** a pour rôle principal la mise à quai, coordonner le scellement et le dépôt des autorisations en douane et police.

- **Agents transit** son rôle principal est le scellement et la mise à quai. Ils reçoivent la liste des conteneurs puis s'occupent de l'opération de scellement en coordination avec la liste afin de les enregistrer dans le connaissement.

- **Agent de liaison** s'occupe du suivi de la mise à disposition au niveau des parcs à conteneurs.

- **Agent relex** Prépare et effectue la distribution de tous les courriers dans l'entreprise, de distribuer les factures, récupération des B/L (Bill of Lading). Il a aussi pour mission de déposer des chèques auprès des banques et des armateurs.

Figure N°12 : les directions intervenant lors d'une opération d'exportation

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

1.4.4. La direction système d'information

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.

1.4.5. La direction des finances et comptabilité

La direction finance a pour missions de :

- 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.

1.4.6. La direction industrielle

La direction industrielle est chargée de l'évolution industrielle des sites de production et définit, avec la direction générale, les objectifs et le budget de chaque site. Elle analyse les dysfonctionnements sur chaque site (équipements, organisation, etc.) et recherche les

solutions techniques ou humaines pour améliorer en permanence la productivité, la qualité des produits et des conditions de travail.

Elle anticipe les besoins en matériel et supervise leur achat (étude technique, tarif, installation, etc.). Elle est responsable de la politique environnement et sécurité, et enfin, elle participe aux études de faisabilité des nouveaux produits.

1.4.7. La direction des Ressources humaines

Cette direction définit et propose à la direction générale les principes de gestion des ressources humaines, et assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de Cevital. Elle a aussi comme mission : le recrutement, la gestion des carrières, la gestion de la performance et des rémunérations, la formation du personnel, la participation 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.

1.4.8. La direction Approvisionnement

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.

1.4.9. 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. Elle 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. Elle gère les stocks de produits finis dans les différents dépôts locaux (Bejaia et environs) et régionaux (Alger, Oran, Sétif ...).

1.4.10. La direction des silos

La direction des silos a pour mission la décharge des matières premières arrivées par navire ou camions vers les points de stockage, et les stockers dans des conditions optimales. Elle entretient et maintient en état de services les installations des unités silos.

1.4.11. La direction des boissons

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

- Unité LALLA KHEDIDJA 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 LALLA KHEDIDJA.

- 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.

1.4.12. La direction des 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. Sa mission principale est de raffiner et de conditionner les différentes huiles végétales, ainsi que la production de différents types de margarines et beurre. Tous ces produits sont destinés à la consommation, d'où sa préoccupation est de satisfaire le marché local et celui de l'exportation qualitativement et quantitativement.

1.4.13. La direction pôle sucre

Le pôle sucre est constitué de 4 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 était 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. Ses produits sont destinés aux industriels et aux particuliers, et ce pour le marché local et à l'exportation.

1.4.14. La direction QHSE (Qualité Hygiène Sécurité et Environnement)

La direction QHSE met en place, maintient et améliore les différents systèmes de management et référentiels pour se conformer aux standards internationaux. Elle veille au respect des exigences réglementaires produites, environnements et sécurités, et garantit la sécurité du personnel et la pérennité des installations. Elle contrôle et assure ainsi la qualité de tous les produits de Cevital et répond aux exigences des clients.

1.4.15. La direction énergie et utilités

Son rôle est la production et la distribution pour les différentes unités, avec une qualité propre à chaque processus : d'environ 450 m³/h d'eau (brute, adoucie et ultra pure) ; de la vapeur ultra haute pression 300T/H et basse pression 500T/H. De l'électricité haute tension, moyenne tension et basse tension, avec une capacité de 50MW.

1.4.16. La direction maintenance et travaux neufs

Elle met en place et intègre de nouveaux équipements industriels et assure la planification et la maintenance pour l'ensemble des installations. Cette direction gère et déploie avec le directeur industriel et les directeurs de pôles les projets d'investissements relatifs aux lignes de production, bâtiments et énergie/utilité (depuis la définition du processus jusqu'à la mise en route de la ligne ou de l'atelier), et rédige les cahiers des charges en interne.

Le Groupe Cevital a traversé d'importantes étapes historiques pour atteindre la taille et la notoriété dont il jouit aujourd'hui, et ce tout en continuant à œuvrer dans la création d'emplois et de richesses en Algérie.

2. L'organisation logistique d'exportation du sucre

La réussite d'une opération d'exportation dépend de la démarche d'exportation tracée par l'entreprise. L'entreprise doit suivre une bonne logistique et certains nombres d'étapes pour la réalisation de cette opération.

2.1. L'acheminement du sucre a l'intérieur de l'entreprise

À l'arrivée du navire à quai, la matière première est transportée sur des transporteurs à bande, l'une des installations les plus performantes qui sont transportées jusqu'à l'entrepôt de stockage. Puis de la même manière, elle sera transférée vers le Silo ou se fera le raffinage de sucre. Une fois le sucre est prêt, le produit fini sera transféré en stock dans l'attente d'une expédition.

Figure N°13 : transporteur à bande



Source : <http://www.pop-industrie.com/transporteur-a-bande-en-auge-pour-le-frac>(vu 06/06/2018 à 9h00)

L'acheminement du sucre grâce aux transporteurs à bande est une technique très réussie pour l'entreprise. Elle a pour but de minimiser la chaîne logistique, le coût du transport ainsi que le temps. En outre, ce qui rend l'entreprise plus compétitive, c'est sa localisation. Son implantation à l'intérieur du port facilite les relations avec les marchés étrangers. Cet avantage favorise l'exportation de ses produits, grâce un service export interne à celle-ci, s'occupe du dédouanement elle-même de ces produits.

L'ors d'une exportation du sucre à l'international, on utilise certain conditionnement, ça se fait selon la négociation avec le client. Pour cela, on peut trouver :

▪ **Conditionnement en sac de 25 kg :** Le sucre est préemballé dans une housse en polyéthylène (PEHD) assurant la préservation des qualités hygiénique, nutritionnelle et technologique du produit et reconditionné dans un sac en polypropylène tissé en toile.

▪ **Conditionnement en sac 50 kg :** Le sucre est préemballé dans une housse en polyéthylène (PEHD) assurant la préservation des qualités hygiénique, nutritionnelle et technologique du produit et reconditionné dans un sac en polypropylène tissé en toile.

▪ **Conditionnement en BIG BAG 1000 kg :** Le sucre est conditionné dans des big bag de 1000Kg en polypropylène tissé en toile muni d'une housse en polyéthylène (PEBD).

▪ **Conditionnement BIG BAG 1100 kg :** Le sucre est conditionné dans des big bag de 1100Kg en polypropylène tissé en toile muni d'une housse en polypropylène (PP).

▪ **Conditionnement Jumbo Bag :** Le sucre est conditionné dans des Jumbo bag hermétiques en polypropylène tissé en toile muni d'une housse en polyéthylène (PEHD).

2.2. La procédure d'exportation du sucre

Nous allons éclairer les étapes d'une opération d'exportation en nous basant sur un cas réel, que l'entreprise CEVITAL a réalisé durant les mois passés avec la coordination des traders, cette opération est présentée par les différents documents utilisés et qui seront présentés en annexe.

2.2.1. Le déroulement d'une prise de commande

Skor International est l'un des plus grands traders de l'entreprise cevital, grâce à un intermédiaire créé par l'entreprise à Genève appelé NAFORA, son but est de pouvoir garder un œil sur leur trader et de bien négocier leurs contrats.

En raison du manque d'informations sur les clients finaux, l'entreprise Cevital sollicite les traders qui font un travail de veille, en suivant les cours de bourse quotidiennement. Leur politique marketing, est de faire des expéditions de prospection afin de savoir l'offre, dans chaque pays. Ce qui lui permettra de réaliser des économies.

La préférence de CEVITAL pour Skor international est le fait de signer des contrats très importants, et de commander toujours en grandes quantités de sucre blanc, ces contrats sont transmis à commodité à Alger, qui en suite communique les informations à l'unité de production Bejaia, afin de procéder à la livraison de la marchandise et de la facture commerciale.

2.2.2.Établissement de la facture commerciale (commercial invoice)

La facture commerciale est la confirmation d'une commande d'exportation de sucre blanc. Grâce à cette facture, l'entreprise fait une déclaration au niveau des services des douanes du port de Bejaia pour obtenir une autorisation d'expédition.

Dans notre cas nous avons établi une facture commerciale au nom de l'importateur ANTEI INTERNATIONAL SA qui a commandé 506 Tonnes de sucre blanc raffiné en avril 2018, dans cette facture se trouvent le numéro de la facture, les informations sur l'importateur, description de la commande, le montant en dollar, et les informations sur le transport. (Voir Annexe N° 1).

2.2.3.La notice d'expédition

Une fois la commande est confirmée, commodité Alger envoi une notice d'expédition aux différents services concernés par l'exportation, contenant toutes les informations nécessaires afin de préparer parallèlement la marchandise à l'expédition dans les conditionnements nécessaire qui sont les Big Bag 1,1 MT

ANTEI international SA fait une commande de 506 tonnes de sucre blanc raffiné, conditionné dans des sacs appelés Big-bag d'une capacité maximale de 1.1 Tonnes empotée dans des conteneurs sur une ligne maritime régulière (MSC) choisie par l'exportateur selon les coûts proposés par la compagnie. L'incoterm utilisé par l'entreprise CEVITAL est le CFR. Parmi les documents de cette opération, la présence de la Société Générale de surveillance (SGS) reconnue au niveau mondial, qui est obligatoire afin de contrôler la normalisation des produits exportés. (Voir annexe N°2)

Cette notice contient les informations suivantes :

- 1re case désigne les informations du client : nom, adresse, exécuteur, numéro tel.

- 2e case contient : commodités, caractéristique, tonnage, conditionnement...etc.
- 3e case contient : le marquage, palette fumigée ...etc.
- 4e case est en relation avec l'expédition (date, destination, incoterm...)
- 5e case en relation avec l'instruction documentaire (type de documents, B/L, liste de colisage...)
- 6e case contient les instruments dans le connaissance

Une fois la notice est arrivée au département export, le chef du département envoi des programmes dans le tableau prévisionnel de la préparation à l'exportation (embarquement). Ce tableau est conçu grâce à la notice, en suivant la date d'accostage du navire. (Chaque jour, les armateurs maritimes envoient les tableaux prévisionnels d'accostage du navire)

2.2.4. La mise à disposition des conteneurs vide (Booking)

Après l'arrivée de la commande, le service export sollicite les compagnies maritimes, et conclut le contrat d'affrètement afin de mettre en leur disposition des conteneurs vides. Grâce au site du booking, le chef du service Back-offices fait une réservation sur ce site pour donner le numéro, le volume, le prix, le nombre, la destination et le transit time des conteneurs, à la compagnie maritime choisie, et la durée de l'expédition. Ensuite, un bon de mise à disposition des conteneurs vides leur sera visé afin de procéder au rapprochement des conteneurs choisis vers la plate-forme, et ensuite classer par ordre pour une bonne organisation. (Voir annexe N° 3)

2.2.5. La préparation des conteneurs

Une fois les conteneurs réservés, un agent de surveillance ou un agent contrôleurs passe pour contrôler tous les conteneurs et les nettoyer, ensuite les habiller en papier kraft pour éviter toute salissure des sacs de sucre et les protéger contre l'humidité.

2.2.6. L'empotage et le scellement

Après la préparation des conteneurs, la plate-forme logistique envoie au service export la liste des TCs qui comportent le numéro, le nombre et les références des conteneurs. Elle se fait dans le but de réaliser un tableau de bord journalier et les envoyer à l'armateur pour vérifier que le nombre de conteneurs correspond à celui inscrit dans la notice d'expédition et la vérification du numéro et de la référence du conteneur.

L'emportage consiste à charger la marchandise dans les conteneurs avec la présence d'un inspecteur des douanes qui vérifie qu'on charge bien du sucre et non un autre produit part cette étape est aussi contrôlée par un agent de contrôle de qualité.

Une fois que la marchandise est bien chargée dans les conteneurs, suivant la liste des conteneurs existante (voir annexe N°4), une demande d'autorisation de scellement est faite auprès des douanes pour procéder au scellement, qui consiste à bloquer le conteneur d'une manière à ce qu'il soit classé. Une fois scellé, personne n'aura le droit de l'ouvrir sauf en cas de problème et cela se fera par une demande auprès des douanes.

Le sceller se fait en trois étapes :

- Le scellé des douanes ;

- Le scellé de la ligne maritime ;

- Le scellé de la société de surveillance.

2.2.7. La mise à quai des conteneurs

Une fois les conteneurs scellés, la police des airs et des frontières vérifie la concordance des informations de la liste des conteneurs pour donner l'autorisation de la mise à quai. Le document de mise à quai contient le nom de l'exportateur et celui de la ligne maritime et le pays de destination. Ce document contient une liste jointe des numéros de série des conteneurs. Cette déclaration est signée par le chargeur, et doit être remise à la société avant tout dépôt de marchandises à quai. (Annexe N°5)

2.2.8. Le dédouanement

À la fin de toutes les opérations citées auparavant, Cevital procède au dédouanement de la marchandise pour qu'elle puisse la livrer aux lieux convenus dans le contrat. Pour cela, elle doit effectuer plusieurs démarches :

- Dépôt de la demande d'emportage et de scellement des conteneurs chez la direction des douanes;

- La préparation d'un dossier pour la déclaration en douane, comportant :

- La facture domiciliée ;
- Une liste de colisage (voir annexe N°6) ;
- La note de poids VGM ;
- Note de détail ;
- Déclaration des éléments de la valeur ;
- Le connaissement ;
- Le certificat d'analyse ;
- Le certificat d'origine ;

➤ Le déclarant en douane établit une déclaration d'exportation définitive 1100 dites « la D11 » sur le système d'information de gestion automatisé de douane SIGAD.

➤ Un service d'inspection principale aux sections (IPS) donne l'autorisation de déposer le dossier après avoir signé l'engagement de rapatriement des fonds de la facture en question, par la banque domiciliataire.

➤ Un agent de la brigade commerciale (en douane) récupère le dossier auprès d'Inspection principale des Opérations commerciales l'IPOC, introduit la demande d'emportage et de scellement dans le dossier en question et sous instruction du chef de la brigade commerciale, l'agent se présente sur site, afin d'assister à l'emportage et le scellement des conteneurs

➤ Le service recevabilité (douanier) désigne le circuit douanier, qui est une procédure de contrôle et de vérification avant de valider l'opération de dédouanement, il existe trois circuits :

- Le circuit vert : contrôle des documents ;
- Le circuit orange : contrôle documentaire ;
- Le circuit rouge : contrôle strict des documents et des marchandises ;

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

2.2.9. L'embarquement des conteneurs

L'embarquement des conteneurs nécessite une autorisation auprès des douanes qui se confirme par un bon d'embarquement. Cette autorisation est demandée à l'armateur maritime et ensuite transmise à la BMT (Bejaia Mediterranean Terminal) et le commandant de bord ce qui permettra d'entamer l'opération d'embarquement des conteneurs à bords du navire.

2.2.10. Le paiement

CEVITAL utilise lors de ses transactions commerciales internationales le crédit documentaire (Credoc). Cette technique étant sécurisée et très sûre, l'entreprise se retrouve couverte contre le risque de non-paiement et en plus, elle offre l'avantage d'être rapide.

Dans le cas d'exportation de sucre, l'entreprise importatrice verse 70 % du montant à la confirmation de la commande et de la marchandise et 30% à sa livraison.

2.2.11. Rapatriement de fond

Direction commerciale rassemble tous les documents et les envoie avec l'agent relex à la direction des finances et comptabilité en même temps le credoc relatif au virement effectué par le client. La DFC (Direction de Finance et Comptabilité) confirme le transfert de fonds pour le service transit, ainsi que pour la direction commerciale. (Voir annexe N° 7).

2.3. Les documents demandés par l'importateur

Lors d'une opération à l'internationale, l'importateur exige différents documents qui sont :

2.3.1. La facture commerciale

La facture commerciale est préparée par l'exportateur et elle est exigée par l'acheteur étranger. Dans cette facture, on trouve le numéro d'expédition, la date d'embarquement, la compagnie maritime et l'adresse de livraison. Elle contient aussi la description de la marchandise, le type de paiement ainsi que le prix unitaire, l'incoterm, la quantité...etc.

2.3.2. Déclaration d'exportation

La déclaration d'exportation consiste à déterminer l'exportateur, l'importateur, le prix, l'adresse, les quantités, l'incoterm, la valeur...etc. (voir annexe N°8)

2.3.3. Certificat d'origine

Le certificat d'origine doit être présenté aux autorités douanières lors de l'export du sucre. Ce document est demandé par l'entreprise CEVITAL à la chambre de commerce algérienne. Son but est de reconnaître que le produit est d'origine algérienne, et il faut que 50% de la matière première utilisée pour la fabrication du produit soit une matière d'origine algérienne pour que le sucre soit reconnu comme un produit d'origine algérienne. Ce certificat est accompagné par un 2e document officiel qui est la déclaration sur l'honneur qui certifie le taux d'intégration qui permet de bénéficier d'avantages tarifaires dans le cas de l'Union européenne. (Voir annexe N° 9).

2.3.4. Le connaissement ou B/L (Bill of Lading)

Le connaissement est le document de transport maritime le plus fréquemment utilisé. Il lie entre la compagnie maritime et l'exportateur. C'est en quelque sorte le passeport de la marchandise. Il est réalisé par le chef du service back-office. Ce document permet au commandant de bord de justifier la marchandise qu'il transporte sur son navire auprès des douanes du pays de l'importateur. (Voir annexes N°10 & N°11)

Afin que CEVITAL mène bien ses exportations, l'équipe qui s'occupe de cette opération doit travailler ensemble et se tenir au courant de toutes les étapes que chacun d'eux doit suivre pour la réussite de celle-ci et de livraison de la marchandise dans les délais demander.

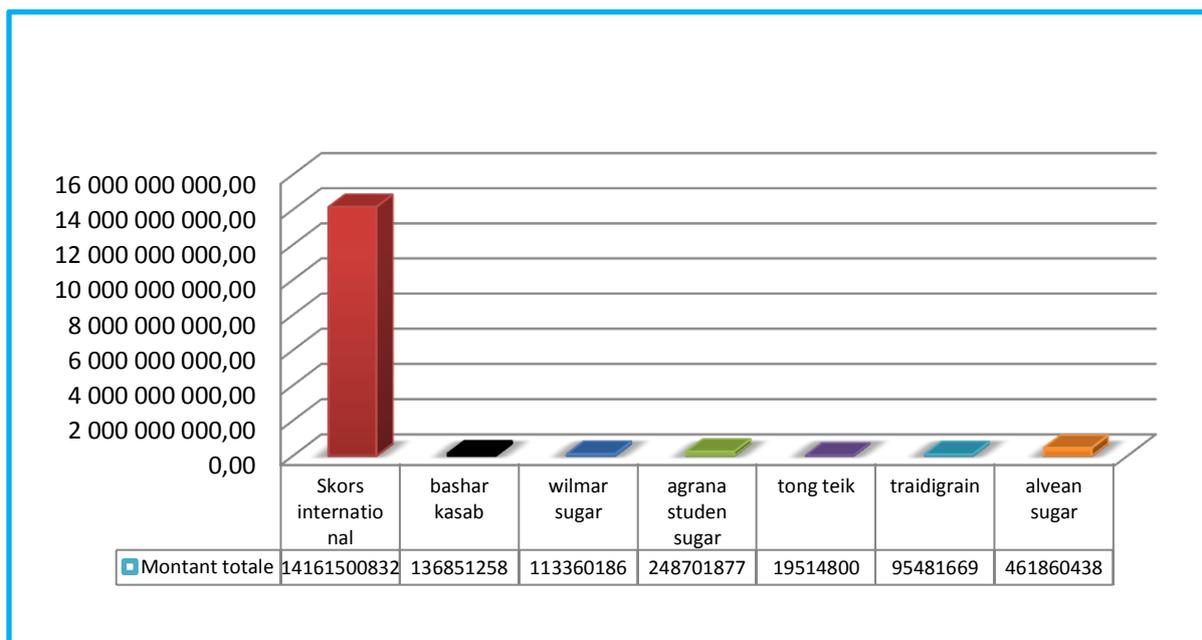
3. Quelques données sur l'exportation du sucre pour les années 2015-2016-2017

Grâce aux données communiquées par l'entreprise nous avons analysé le résultat des chiffres d'affaires des trois dernières années 2015, 2016 et 2017.

3.1. Exportations de l'année 2015

CEVITAL constitue le plus grand exportateur de sucre banc raffiné avec un chiffre d'affaires de 15 237 271 062,3400 DZD en 2015. Grâce à cet histogramme, nous remarquons que la plupart des exportations de celle-ci sont pour Skor international avec un Montant de 14 161 500 832 DZD est des quantités très importantes. Ce partenaire importe principalement avec des conditionnements différentes, 5 commandes en vrac, 111 commandes en Big Bag 1,1T, 21 commandes en Jumbo bag et 301 commandes en sac de 50 kg. Viendra ensuite le trader alvean sugar qui se trouve en deuxième position avec un montant de 461 860 438 DZD, avec 13 importations conditionner en sac de 50kg ainsi que les autres traders avec le même conditionnement, Bachar kasab à effectuer 7 importations uniquement en l'année 2015, wilmar sugar avec une seul importation de sucre en sac de 50kg, agrana studen sugar a importé trois fois en sac de 50 kg, tong teik 5 importation en sac de 50kg et en fin traidigrain avec 3 commandes en sac de 50kg. Dans cette analyse en constate que la majorité des importateurs, importe en quantité limitée et en sac de 50kg.

Figure N°14 : Montant des ventesde sucre 2015



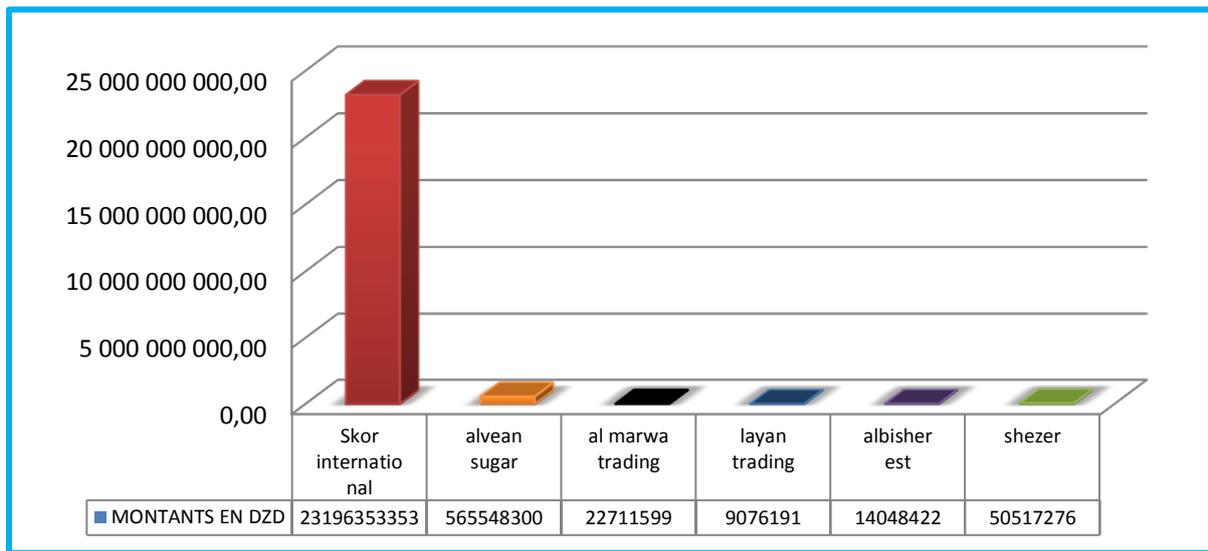
Source : élaboré par nos soins à partir des données de CEVITAL

3.2. Exportations de l'année 2016

Pour le montant des exportations du sucre de 2016, il rencontre une augmentation incroyable, qui passe de 14 161 500 832 DZD à 23 858 253 163,4700 DZD. cet histogramme, nous

montre que Skor international reste le plus grand importateur de Cevital, avec un montant qui s'élève à 23 196 353 353,4600 DZD est en quantité très importante, 231 commandes en sac de 50kg, 249 commande en big bag 1,1T, 4 commandes en vrac, 34 commandes en jumbo bag. Toujours en deuxième position le trader alvean sugar qui importe du sucre conditionner en sac de 50 kg avec un montant de 565 548 300,7100 DZD, al marwa trading, layan trading et albisher, tous les trois ont effectuer des importations conditionnées en sac de 50kg, et en fin shezer qui a importé deux fois de suite conditionné en sac de 50kg.

Figure N°15 : Montant des ventes de sucre 2016



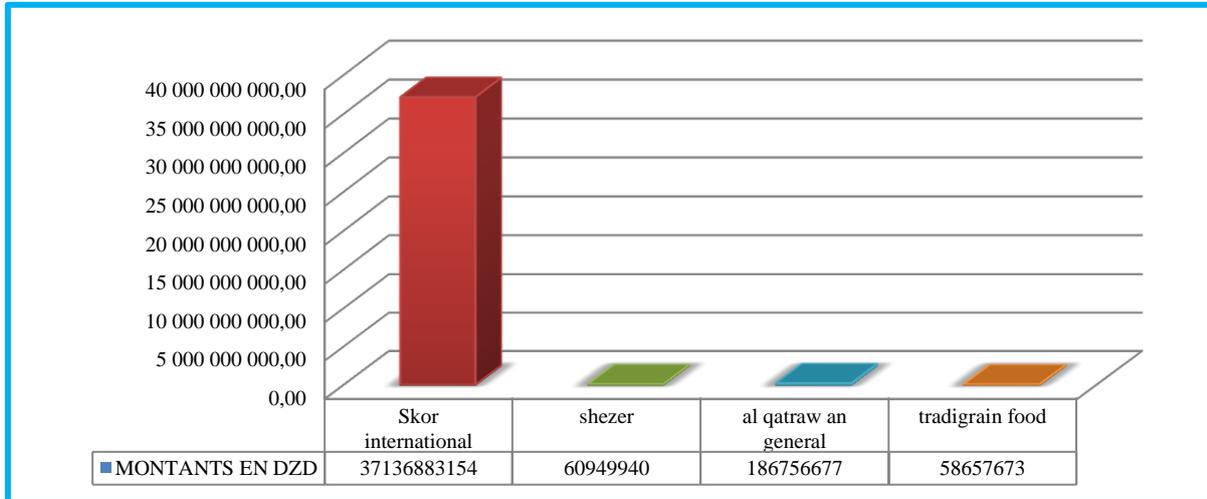
Source : élaboré par nos soins à partir des données de CEVITAL

3.3. Exportations de l'année 2017

On remarque que les importateurs du sucre blanc de Cevital ne sont pas réguliers, ils changent d'une année à une autre, mais ceux-là n'influencent pas sur le développement des exportations de l'entreprise, car chaque année celle-ci rencontre une évolution et une augmentation du chiffre d'affaires. En 2017 le chiffre d'affaires remonte à 37 275 166 444 DZD, toujours avec Skor international le leader des importations du sucre blanc de cevital avec un montant des exportations de 37 136 883 154 DZD, 192 importations de sucre conditionné dans les big bag 1,1T, 293 commandes de en sac de 50 kg, 18 commandes en sac de 25 kg, 7 commandes en paquet de 1 kg, 2 commandes en sac de 5 kg et 50 commandes en

jumbo bag, Shezer qui a importé deux fois de suite en sac de 50kg, Al Qatraw an général avec 3 importations de sucre et en fin Tradigrain food avec deux importations en sac de 50kg.

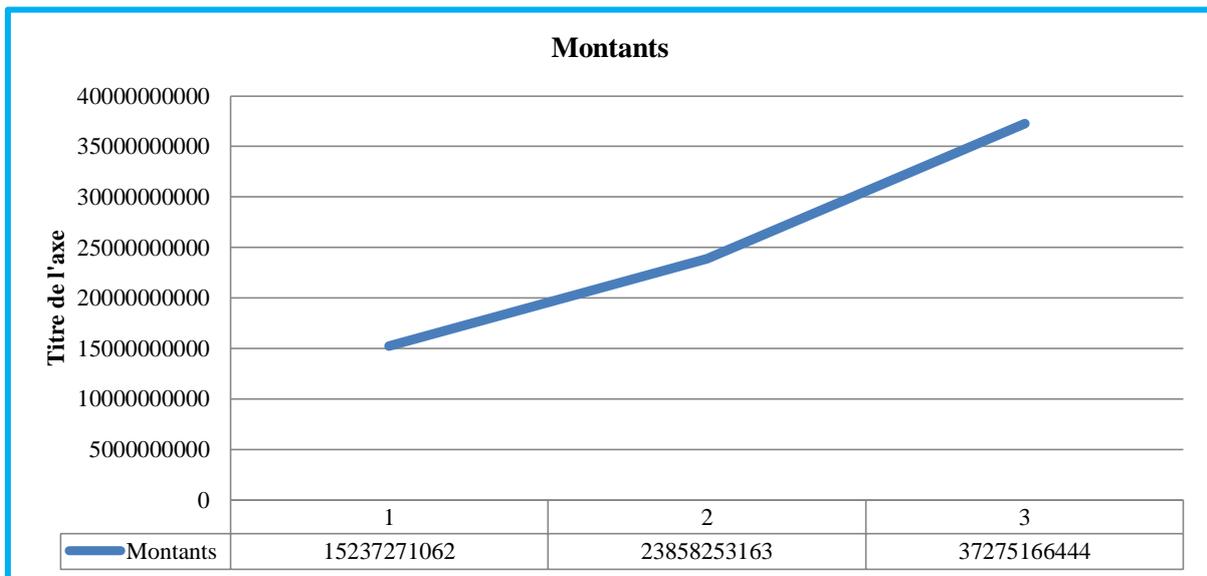
Figure N°16 : Montant des ventes de sucre 2017



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

Durant cette année on constate que la plus part des importateurs de 2015 et 2016 n'ont pas importé de sucre blanc en 2017

Figure N°17 : Comparaison du CA des ventes de sucre



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

La courbe montre que les exportations du sucre blanc ont pris sur les trois dernières années d'étude une part importante du chiffre d'affaires notamment en 2016 et 2017.

L'analyse du CA des exportations de sucre est nécessaire pour caractériser la place de l'entreprise CEVITAL dans son secteur d'activité sa position sur le marché, ses aptitudes à développer différentes activités d'une manière profitable.

L'augmentation des volumes de vente du sucre à l'international est directement liée à la force de production de l'entreprise.

3.4. Les pays clients de CEVITAL :

Tableau N° 11 : Nombre de TCs exporté depuis 2013 jusqu'à 2017

Pays	Qt. De Conteneurs
Afrique de sud	02
Albania	4060
Allmagne	10
Arabie saoudite	1267
Belgique	918
Benin	261
Bulgarie	74
Cameroun	29
Canada	35
Chypre	339
Cote d'ivoire	12
Croalie	711
Darmark	1
Dubai	2141
Espagne	2898
France	2319
Gambie	12
Géorgie	100
Ghana	813
Grece	1736
Guinée	55
Inde	304
Irak	2763
Irland	4
Italie	7041
Jordanie	4312
Kenya	110

Liban	6391
Libéria	32
Libye	816
Montenegro	299
Mouritania	5
Moyen orient	1
Pays bas	1110
Pologne	14
Portugal	98
Qatar	10
Sierra Leone	144
Sri Lanka	70
Sudan	2030
Suède	2
Syrie	5214
Tanzanie	1697
Togo	90
Tunisie	672
Turquie	5026

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

CEVITAL exporte chaque année du sucre blanc vers plusieurs pays, mais celle-ci n'est pas régulière, et d'une quantité limitée. La lecture du tableau N°12 (présenter en annexe N°12), nous montre les différentes quantités importées par plusieurs pays importateurs de sucre blanc de CEVITAL, certains importent de grandes quantités et d'autre en quantités limitées.

Pour l'année 2013, l'Irak se trouve le pays qui a importé une quantité importante de 2120 TCs par an, voire après vers différentes destinations en Italie d'une quantité de 1950 TCS, puis viennent ensuite les autres pays par exemple : Belgique 296 TCs par an, Canada 35 TCs, Syrie 575 TCs, Mauritanie 5 TCs, Soudan 1580 TCs, France 26 TCs...Etc.

Pour l'année 2014, les plus grands importateurs de sucre blanc de CEVITAL sont : Le Liban avec 1904 TCs par an, Italie 1634 TCs, la Turquie 1347 TCs, Albani avec 1123 TCs et la Syrie qui est placé 5^e avec 1072 TCs par an. Ensuite viennent les autres pays avec leurs quantités minimum : Darmark avec un seul conteneur dans l'année, Espagne 101 TCs, Gambie 12 TCs, Inde 116 TCs, Cameroun avec 5 conteneurs...Etc.

En 2015, on remarque que certain pays importateurs durant les deux dernières années n'ont pas importé en 2015, le pays classé 1^{er} pour cette année est la Turquie 1633 TCs vient ensuite le liban avec 1342 TCs et enfin l'Albanie avec 1103 TCs. Ensuite les autres pays

importateurs de petite quantité comme : Tanzanie 400 TCs, Sierra Leone 20 TCs, la France 260 TCs, Tunisie 79 TCs, Espagne 46 TCs...Etc.

L'Italie, reprend la première place de grand importateur de sucre blanc de CEVITAL durant l'année 2016 avec 1662 conteneurs, en trouve ensuite Aqaba et Bierut avec 1218 et 1042 TCs importé, viennent après Belgique 114 TCs, France 697 TCs, Arabie saoudite avec 267 TCs la Turquie 142 TCs....Etc.

En 2017, Aqaba a importé 2825 conteneurs durant cette année, puis Bierut 1329 TCs et Italie 1137 TCs ces trois derniers pays reste toujours compétitifs et importe toujours des quantités importantes de sucre blanc, puis viennent les autres pays l'Afrique de sud 2 TCs, Sri Lanka 70 TCs, Dubaï 883 TCs...Etc.

Ces 5 analyses nous montrent que les quantités importées par ces pays ne sont pas régulières, même les pays importateurs sont irréguliers, et on constate qu'il y'a certains pays qui reçoivent leurs expéditions dans plusieurs ports.

La lecture du tableau N°11, nous aide à déterminer le nombre de pays et de conteneurs que CEVITAL a exportés depuis 2013 jusqu'à 2017 pour constater que le plus grand pays importateur durant c'est 5 dernières années sont : Italie avec 7041 TCs, Liban 6391 TCs, la Syrie 5214 TCs, la Turquie 5026 TCs, la Jordanie 4312 TCs, Albanie 4060 TCs, Espagne 2898 TCs, Dubaï 2141 TCs, la France 2319 TCs, Irak 2763 TCs, et le Soudan avec 2030 TCs. Le reste des pays importent des quantités limitées et ils sont irréguliers, pour cette raison CEVITAL n'a pas créé une plate-forme à l'étranger, s qui s'inscrit dans une stratégie de minimisation des coûts liés à la gestion de la plate-forme est évité les risques, c'est pour ce la CEVITAL limite ces interventions logistique jusqu'au port de Bejaia.

La limitation des interventions logistique de CEVITAL jusqu'au port de Bejaia rentre dans sa stratégie de minimisations des cous et des risques qu'on coure le marché étranger.

Conclusion :

D'après le succès que CEVITAL a développé durant ses premières opérations dans le marché étranger, cette dernière a conquis certains clients et a commencé à envisager de manière plus concrète à étendre son activité sur le marché international, pour ce faire, elle a dû développer son organisation export, en y intégrant l'ensemble des activités logistiques pour suivre l'évolution de ses exportations et plus encore afin de les améliorer davantage.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion générale

Aujourd'hui une entreprise doit avoir une bonne maîtrise de la chaîne logistique pour gérer et acheminer de façon organisée et rentable les flux des produits, depuis leur point de fabrication jusqu'aux consommateurs finaux, et ce, en fonction des besoins exprimés par le marché.

En Algérie, CEVITAL est l'une des entreprises les plus performantes aussi bien à l'échelle nationale qu'à l'international. Il s'agit du second exportateur après le groupe SONATRACH qui exporte essentiellement des produits pétroliers. Depuis l'année 2007, le groupe exporte plusieurs produits, dont le sucre, vers plusieurs pays dans le monde.

Notre recherche porte sur le processus logistique d'exportation du sucre à l'international, et les hypothèses encadrant cette dernière relèvent d'une logique de recherche d'optimisation des coûts liés à l'approvisionnement et au stockage de manière que le recourt aux intermédiaires étrangers, permet à l'entreprise d'être plus compétitive sur les marchés étrangers.

Pour optimiser sa chaîne logistique à l'export, le groupe CEVITAL, par le biais de son service planification, a mis en place une démarche d'exportation basée sur des étapes bien étudiées qui sont gérées par des services qui s'occupent chacun d'une tâche bien déterminée dès la réception de la commande jusqu'à l'étape du rapatriement de l'argent. Le groupe s'appuie, également, dans sa stratégie d'exportation sur des traders de renommée internationale, vu la spécificité du produit exporté qui compte parmi les produits boursiers.

Cette démarche a permis au groupe d'être compétitif par la maîtrise des coûts liés à la logistique. En outre, à l'exportation, sa proximité et son positionnement à l'intérieur du port de Bejaia, lui évite l'utilisation des autres modes de transport des marchandises et ainsi, la réalisation des économies très importantes.

Nos investigations théoriques, et le stage pratique effectué au sein du complexe agroalimentaire de CEVITAL, nous ont permis d'approfondir davantage nos connaissances sur

les méthodes appliquées par cette dernière, en suivant le déroulement d'une opération d'exportation d'une commande de sucre blanc de l'étranger, et de collecter, ainsi, un certain nombre d'informations répondant à la problématique principale posée dans notre travail. Les informations qui nous ont été communiquées essentiellement par le service transit-export qui chapeaute l'opération d'exportation de sucre portent principalement sur :

L'opération d'exportation de sucre blanc au sein de l'entreprise CEVITAL, passe par plusieurs étapes, que nous avons explicitées dans la troisième section du troisième chapitre, et qui porte sur la passation de commande jusqu'à la livraison du produit accompagné d'un document demandé par l'importateur

D'autre part, la maîtrise de la chaîne logistique à l'exportation se fait par appel à des intermédiaires à l'étrangers, et cela, dans le but d'éviter la perte de temps de rechercher de nouveaux marchés à l'international, afin de laisser l'unité de production se focaliser sur le processus de production et l'amélioration de la présentation et de conditionnement du produit ce qui confirme la première hypothèse de cette présente recherche.

En outre, les exportations de sucre blanc, ne sont pas régulières, ce qui ne justifie pas une mise en place d'une plate-forme logistique à l'étranger, pour éviter les risques et de minimiser les coûts liée à la gestion d'une plate-forme, ce qui confirme notre dernière hypothèse.

L'entreprise CEVITAL avec ses capacités de raffinage qui peuvent atteindre les 2 millions de tonnes de sucre blanc par an, constitue un modèle de réussite industrielle dont la notoriété dépasse les frontières nationales. La stratégie de cette entreprise qui est tournée en grande partie vers l'exportation, la diversification de ses produits ainsi qu'un déploiement à l'international par l'acquisition d'entreprises à l'étranger, lui a permis de se développer pour atteindre une taille et une compétitivité à même de concurrencer d'autres groupes d'envergure mondiale.

Références bibliographiques

Bibliographies

- ✓ André marchal ; Logistique globale, supply chain management, Édition ellipses, Paris, 2006
- ✓ Baglin (G) et autres, Management industriel et logistique, conception et pilotage de la supplychain, Edition ECONOMICA, 4eEdition, France, Paris
- ✓ BERNET (R) : « Principe de technique bancaire », 25^e éditions DUNOD, paris, 2008
- ✓ BOUYAKOUBA (F), « l'entreprise et le financement bancaire » édition Casbah, Algérie, 2000
- ✓ C.PASCO-BERHO, marketing international, 4^{ème} Edition, DUNOD, 2002
- ✓ CHAPDELIENE TEAMO.M, Traitement des chèques à l'encaissement, Institut privé de gestion de Dakar Sénégal, BTS en gestion des entreprises, Promotion 2007.
- ✓ Claude demeure ; aide-mémoire marketing ; Edition DUNUD ; 6e Édition ; paris ; 2008
- ✓ D.TIXIER, H.MATHE ET J.COLIN, « La logistique au service de l'entreprise : moyens, mécanismes et Enjeux, DUNOD, PARIS, 1983
- ✓ David Doriol et Thierry Sauvage ; management des achats et de la supplychain ; Edition Magnard Vuibert ; paris ; avril 2010.
- ✓ Duhautbout Dominique, Brulé Thierry et Cauro Pascal, edition Foucher, 2017
- ✓ GARSUAULT (P) et PRIAMI (S) : Les opérations bancaires à l'international, Ed. Banque- Editeur, Paris, 1999.
- ✓ GARSUAULT(P), PRIAMI(S), « La Banque : Fonctionnement et Stratégies», édition ECONOMICA, Paris, 2002,
- ✓ Krugman, Édition RaphaëlleMourey et Céline Weber, Dictionnaire d'économie et des sciences sociales, 8e édition, 2012.
- ✓ LECUYER Dominique, chambre de commerce et d'industrie, Editeur Gualino, paris, 2004.
- ✓ LEGRAND (G) et MARTINI (H) : Gestion des opérations Import-export, DUNOD, Paris, 2008.
- ✓ LEGRAND.G et MARTINI.H, Commerce international, 3e édition, Édition Dunod, paris, 2010.
- ✓ LEMOIGNE Rémy, « Supplychain management »; Edition DUNOD ; Paris ; 2013.

- ✓ Logistique production-distribution-soutien, d'YVES PIMOR ET MICHEL FINDER, 5e édition.
- ✓ MALEMBE MEMBAB (F), « incidence de commerce international », université chrétienne, licence en gestion et commerce international, 2008.
- ✓ Marie-Madeleine Damien : « transport et logistique », DUNOD, paris, 2001.
- ✓ MONNIER Philippe et MAHIER Sandrine, Les techniques bancaires, Edition Dunod, Paris, 2008.
- ✓ NAJI (J) ; « le commerce international : théories, techniques et applications », édition RENOUVEAU PEDAGOGIQUE INC, 2005.
- ✓ Nyahoho Emmanuel et Proulx, Pierre-Paul. Le commerce international. Presses de l'Université du Québec, Édition N°4, 2011.
- ✓ P .MEDAN et A. GRATACAP, « Logistique et supply chaine management », DUNOD, Paris, 2008.
- ✓ PAVEAU. (J), DUPHIL(F) et les autres « exporter ; pratique de commerce international », 2008.
- ✓ Rémy LE MOIGNE ; supply Chain management : achat, production, logistique, transport, vente ; Edition DUNOD ; paris ; 2013.
- ✓ Stratégie logistique, «Alexandre Le Grand précurseur de la logistique moderne?», Mars 2003 –n°54.
- ✓ UNOD, année 2008.
- ✓ Yves Pimor, Michel Fender, Logistique ; édition DUNOD, 5e édition, paris, 1998-2005-2008.

Site internet :

- ✓ www.cevital.com
- ✓ www.douane.gouv.fr
- ✓ www.jackadit.com
- ✓ <https://www.pagesjaunes.fr/pros/57745814>
- ✓ <http://www.presanse-pacacorse.org/a/486/etiquetage-des-produits-chimiques>
- ✓ <http://www.csst.qc.ca/prevention/theme/manutention/fiches/Pages/Transpalette-motorise-a-main.aspx>

- ✓ <https://armelfrejuss.wordpress.com/2011/01/22/difference-entre-entrepot-et-plate-forme-logistique/>
- ✓ <http://jackadit.com/index.php?page=gpstock7>
- ✓ Documentation de la DGITM (Direction générale des Infrastructures, des Transports et de la Mer) – France <http://www.logistiqueconseil.org>
- ✓ www.logistiqueconseil.org,
- ✓ <http://www.web-logistique.com/nouvellepage1.htm>.
- ✓ <https://www.objectif-import-export.fr/fr/export/fiches-export/incoterms-2010>

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

Annexe N°1 : Commercial invoice



Address: Nouveau Quai - Port de Bejaia - Bejaia - Algeria
 Phone: + 213 (0) 34 20 20 00 / Fax +213 (0) 34 21 27 73
 RC: 06/00 - 0003802 B98 - NIF: 099806000380297



COMMERCIAL INVOICE

Invoice n°: **SCWS17181/14**
 Date : 24/04/2018
 Client : **ANTEI INTERNATIONAL SA**
 Address: 24 rue de carouge, 1205 Geneva, Switzerland

Description of goods	Unit	Quantity	CFR Price/Unit (USD)
White Refined Sugar Min 99.8 polarization Max 45 Icumsa Max 0.04 ashes Max 0.06 Moisture In 23 x 20FT containers	Metric Ton	506,00	
TOTAL CFR FOS SUR MER			USD

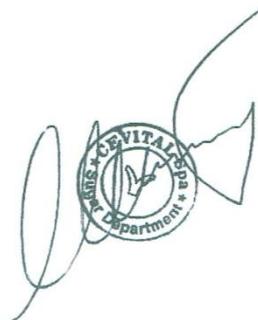
The present invoice is issued for the amount of:
Two Hundred Three Thousand Four Hundred Twelve US Dollars

Loading port: Bejaia
Country of origin: Algeria
Port of Discharge: **FOS SUR MER**
Country of Destination: **France**
Shipment period: **May, 2018**

CITIBANK N.A. ALGERIA			
160801	2018	..	USD
Date : 24.04.2018			

Method of Payment: **100% cash transfer**
Condition of Payment: **Within 150 days from the date of the bill of lading**

Beneficiary: CEVITAL SPA, Nouveau Quai, Port de Bejaia, 06000 Bejaia, Algeria
Bank details: **CITI BANK**
 Address: **Immeuble Le Ksar- 34/35 Quartier d'affaires, Bab Ezzouar, Alger**
 Account: **012 00001 000 600 9018 55**
 SWIFT code: **CITIDZAL**



Annexe N°1

Annexe N°2 : La notice d'expédition

OBS OK
12/03

MSCURBJ086301

NOTICE OF EXPEDITION		SCWS17181/14	Date: 27/02/2018
Client:	ANTEI INTERNATIONAL SA		
Address :	24 Rue de carouge, 1205 Geneva, Switzerland		
Executed by:	Chahra Khomri	Phone ext:	1723
Commodities:	White Refined Sugar		
Specifications:	Min 99.8 pol. Max 45 icu. Max 0.04 ashes Max 0.06 moist		
Tonnage:	506	Bag type:	Big Bag 1.1 MT
Total unit:	460	Unit/20 FTx	20
20 FT #:	23	Tonnage/20 FT:	22
Markings:	Trilingual	Pallets:	FUMIGATED
Surveyors:	SGS	Delivery:	Containers
Nomination date:	27/02/2018	Shipment period:	APRIL, 2018
Sailing week:	WEEK 17	Sailing incoterm:	CFR
POD:	FOS SUR MER	Destination:	France
Shipping line:	MSC	Vessel/Voyage #:	TBN
Documentary instructions:			
Type of Document	Entities	Original #	Copies #
BL	MSC	3	4
Certificate of Origin	CCI Bejaia	1	4
WQP Certificate	SGS	1	3
Non-radiation certificate	manufacturer	1	3
Non-GMO certificate	manufacturer	1	3
Phytosanitary certificate	manufacturer	1	3
Packing list	Transit bejaia	1	3
Health certificate	manufacturer	1	3
Shipping instructions:			
Goods description:	506MT of White refined sugar Min 99.8 pol. Max 45 icu. Max 0.04 ashes Max 0.06 moist		
B/L Marked:	Freight Prepaid Shipped on Board Agent at destination Free Days at destination Cevital Spa		
Shipper:	To Order		
Consignee:	Südzucker AG -Ann-Kathrin Huber Maximilianstr. 10 68165 Mannheim Germany Tel.: +49 621 421 602 Fax:+49621421460		
Notify1:	Saint Louis Sucre - Daniel Calmejane 35, rue de la Gare - Parc du Millénaire 2 75019 Paris France Phone: +33141614809		
Notify2:	Gross and net weight should be mentioned on the B/L for each container Please put only Notify 2 as consignee on the CO & PL		
Remarks:			
Consultation & Modification : Sofiane HAMMOUM			

* Drafts établis

Annexe N°2

Annexe N°3 : mise à disposition des conteneurs vide



**BON DE MISE A DISPOSITION DES
CONTENEURS VIDE**

N° Réf :	F-TRT-001
Date de révision :	19 Juillet 2016
Version :	1

N° 010326

Chauffeur	Immatriculation	N° du TC	Observation

Lors de la pré-sélection, Tout Tc faisant objet d'un des critères ci-dessous doit être systématiquement éliminés :
*Etanchéité *Rouille *Entaille *Déchirure *Trous *Egratinure profonde *Tordu *Enfoncé * Accessoires manquants/Cassés.

Caractéristique à vérifier du TC	Conforme		Non Conforme		Observation
	TC1	TC2	TC1	TC2	
Odeur					
Propreté					
Présence d'étiquettes et/ou pictogrammes					
Aération					
Présence de clous (Une dizaine)					

Visa Expéditeur (Transit)
Visa Réception (Plate-forme TC)
Visa Sécurité

Annexe N°3

Annexe N°4 : liste des conteneurs

CONTAINER LIST ATTACHED TO PACKING LIST. CONTRAT SCWS17181/14

N°	Container NR	Type	Big Bags	Net weight	Gross weight
01	MEDU2790334	20'	20	22000,00	22 047,00
02	MEDU6646006	20'	20	22000,00	22 047,00
03	FCIU2918696	20'	20	22000,00	22 047,00
04	MEDU2673810	20'	20	22000,00	22 047,00
05	FCIU3380096	20'	20	22000,00	22 047,00
06	TRHU3508041	20'	20	22000,00	22 047,00
07	MEDU6651620	20'	20	22000,00	22 047,00
08	BEAU2761834	20'	20	22000,00	22 047,00
09	TEMU2003350	20'	20	22000,00	22 047,00
10	DFSU2705170	20'	20	22000,00	22 047,00
11	MEDU6765875	20'	20	22000,00	22 047,00
12	MEDU6978660	20'	20	22000,00	22 047,00
13	BEAU2825395	20'	20	22000,00	22 047,00
14	TCLU2717540	20'	20	22000,00	22 047,00
15	CXDU2078755	20'	20	22000,00	22 047,00
16	TEMU0057486	20'	20	22000,00	22 047,00
17	MEDU6653962	20'	20	22000,00	22 047,00
18	MEDU6221022	20'	20	22000,00	22 047,00
19	FCIU5938799	20'	20	22000,00	22 047,00
20	BEAU2808607	20'	20	22000,00	22 047,00
21	MEDU5823869	20'	20	22000,00	22 047,00
22	GLDU5173376	20'	20	22000,00	22 047,00
23	MEDU6430001	20'	20	22000,00	22 047,00
TOTAL			460	506 000,00	507 081,00

Annexe N°4

MSCA SARL أم أس سي أ

Cité des 400 logements N3°, les Sources, Bir Mourad Rais, Algiers, Algeria

BON DE MISE A QUAI

2

AVIS IMPORTANT AUX CHARGEURS

AGENCE DE Bejaia
 Remis par : MSCA
 Pour compte de : Cévitel
 Pour être chargé sur : TOKATA
 A destination de : France (ou autre)

N° 001695
 SCWS 13/01/14

CHARGEUR DÉCLARATION D'EXPÉDITION

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

Marques	Números	Nbr.	Nature des colis et contenu	Long.	Larg.	Haut	Cubage	Poids	Valeur	observations
										ou reserves
			23 Tcs CNT H60 Sacs en Big Bag							Sucre Blanc
										Net : 506 mt

Signature: [Signature]
 03/01/18

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

Les marchandises sont remises aux conditions indiqués au dos que les chargeurs déclarent accepter

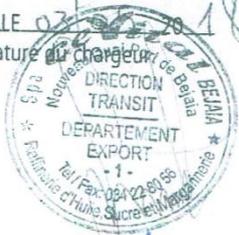
UNE DECLARATION PAR CONNAISSEMENT

Présence indispensable du chargeur à l'embarquement



BMT Spa
 Direction des Opérations
 Service Accouage

MSCA SARL
 Dpt. Documentation
 et Contrôle



Annexe N°5



PACKING LIST

Date: March 12th, 2018

Vessel: MV TOKATA YB816R
Invoice Number: SCWS17181/14.
Load Port: Bejaia – Algeria.
Discharging Port: Fos sur Mer / FRANCE
Address: Saint Louis Sucre – Daniel Calmejane
35, rue de la gare – Parc du Millénaire 2
75019 Paris France
Phone : +331411614809

Cargo description:

- 460 Big Bags of white refined sugar / Gross weight 1 102.35 Kgs – Net weight 1 100.00 kgs - loaded in 23 x 20' containers as attached list.

The quantity of the cargo shipped / loaded is:

- Net weight: 506 000.00 KG.
- Gross weight: 507 081.00 KG.

CEVITAL Spa,

Cevital Spa
☒ Ilot D n° 6 Zhun Garidi II - Alger
☎ + 213 23.56.38.02/10 - 📠 +213 23.56.38.20

ANNEXE N° 6



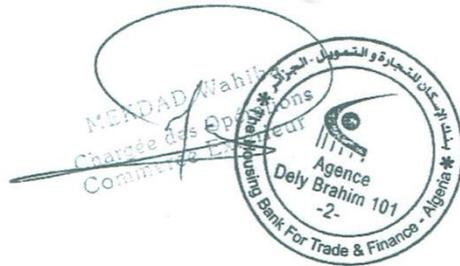
Alger le, 16/05/2018

Ref: 1085/018

ATTESTATION DE RAPATRIEMENT

Nous soussignés, THE HOUSING BANK FOR TRADE AND FINANCE sise au 16 rue Ahmed Ouaked Dély Brahim Alger, certifions par la présente que la facture N°S17190/1 du 25/10/2017 établie par SPA CEVITAL domiciliée auprès de nos guichets sous le numéroCT.00 .EUR d'un montant de EUR 100.00 a fait l'objet d'un rapatriement de EUR 100.00 en date du 25/04/2018.

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



AHCENE Ahmed Ouamer
Directeur d'Agence

Société par actions au Capital de 10.000.000.000 DA

Siège Social: 16 Ahmed OUAKED DELY IBRAHIM - ALGER
BP 103 Code Postal: 16320 Dély Ibrahim, Alger
Tél: +213 (0)21 91 87 87

البنك الاجتماعي: 16 شارع أحمد واعد دالي إبراهيم الجزائر
ص ب: 103 الرمز البريدي 16320 دالي إبراهيم
فاكس: + 213 (0) 21 91 88 78

Annexe n° 7 1

Annexe N°8 : Déclaration détail

2018-05-03 10:33:53.199

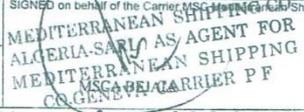
1 DECLARATION CODE 1100	2 LIBELLE EXPORTATION DEFI 0001		3 FEUILLET 0001	4 total / articles 0001	EXEMPLAIRE DECCARANT										
7 IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL SPA CEVITAL Nouveau Port De Bejaia Cne					5 ENREGISTREMENT N° 2018-006728 (VALIDEE) DATE - HEURE 2018-05-03 10:25 CODE - BUREAU 006201BEJATA-PORT										
14 FOURNISSEUR / DESTINATAIRE REEL INTEI INTERNATIONAL SA 24 RUE DE CAROUGE, 1205 GENEVA-					11 TYPE D'OPERATION EXPORTATION O F A1		12 FINANCEMENT		13 COULEUR		DOUANES ALGERIENNES				
15 SAISIE DU NUMERO NF 16000					14 MONNAIE USD		16 MONNAIE AUTRES FRANS		17 MONNAIE ASSURANCES						
20 PAYS ACHAT VENTE CODE 592		21 PAYS DEST. DEF CODE 532		22 RELAT VENTE / ACHAT 1		23 COEF AJUST		24 SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.N)		25 TAUX DE CHANGE 115,21030					
28 DECLARANT CEVITAL SPA BEJAI A NOUVEAU QUAI PORT DE BEJA 06000					29 N° AGREMENT 1999/771014		30 LIG-REP 227		26 VALEUR EN DA		27 DOMICILIATION BANCAIRE 1801/2018/2/CT/000 US				
ARTICLE N° 0001 Autres sucres blancs 23 TSC CNT SUCRE BLANC EN BIG BAG					29 REGIME FISCAL 028		30 ORIGINE 1701991900		31 CODE STATISTIQUE		32 POIDS NET 506000,00				
ARTICLE N° DESIGNATION DES MARCHANDISES (NOMBRE, NATURE, MARQUES, N° CONTAINER ET N° DES COLIS)					33 VALEUR EN DA		34 TAR. PREF		35 QUANT. COMPLE		36 CODES PIECES A JOINDRE NON 506000				
46 PIECES JOINTES: 610-620-655-					47 LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOSAGE DES MARCHANDISES ADMISES SOUS LE COUVERT D'UN REGIME SUSPENSE		48 DELAI		49 TAUX SUBP		50 MONNAIE PLUS-VALUE MONTANT				
51 MARQUE GENRE INDICATIONS VEHICULES PARTICULIERES ANNÉE					52 MONTANT CAUTION :		53 MONTANT REMBE :								
55 CODE TAXE				56 QUOTITE				57 ASSIETTE				58 MONTANT			
59 CODE TAXE				60 QUOTITE				61 ASSIETTE				62 MONTANT			
LIQUIDATION LIQUIDATION RECAPITULATIVE S.I.G.A.D					63 MODE DE PAIEMENT COMPTE X			64 TRANSIT / SCHELEMENTS APPOSES NOMBRE MARQUES			65 AUTORISE PAR N° : DU :				
					66 DATE (LIMITE) 59/7/2018			67 QUITTANCE CONSIGNATION			68 OBSERVATIONS CIRCUIT VERT EXPORTATION GLOBAL				
TOTAL					69 QUITTANCE PENALITES			69 ENGAGEMENTS SOUSCRITS			Je soussigné, sollicite sous les peines de droit mettre sous le présent régime douanier les marchandises décrites dans cette déclaration. Fait à Bejaia le 03/05/2018 AIDOU D. Siberg Déclarante en Douane 				
					70 SIGNATURE DU CAISIER			70 DATE							71 ENGAGEMENTS

Annexe N°8

Annexe N°9 : Certificat d'origine

<p>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية République Algérienne Démocratique et Populaire - Democratic and Popular Republic of Algeria الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie - Algerian Chamber of Commerce and Industry</p>	
<p>N° 195/18 Date : 07/05/2018</p>	
<p>شهادة منشأ Certificat d'origine / Certificate of origin</p>	
<p>1. Expéditeur (nom, adresse, pays) / Consignor / المرسل CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA</p>	<p>2. Producteur (nom, adresse, pays) / Producer / المنتج CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA</p>
<p>3. Destinataire (nom, adresse, pays) / consignee / المرسل إليه Saint Louis Sucre - Daniel Calmejane 35, rue de la gare - Parc du Millénaire 2 75019 Paris France Phone : +331411614809</p>	<p>4. Pays d'origine/ Country of origin / بلد المنشأ BEJAIA / ALGERIA</p>
<p>5. Détails de transport / Transport details / تفاصيل الشحن EXPEDITION BY SEA</p>	<p>6. Remarques/ Remarks / ملاحظات</p>
<p>7. وصف السلع : العلامة التجارية، عدد ونوع وأرقام الطرود N° d'ordre ; marques, numéros, nombre et nature des colis ; désignation des marchandises Item number; marks, numbers, numbers and kinds of packages; description of goods</p> <p>506 MT of White refined Sugar Min 99.8 pol. Max 45 icu. Max 0.04 ashes Max 0.06 moist.</p> <p>NUMBER OF CONTAINERS: 23 22 M/T Per Container</p> <p>Gross weight : 507.081 M/T Net weight 506.000 M/T Number Big Bags : 460</p>	<p>8. الوزن أو الكمية Poids brut ou quantité weight or quantity</p> <p>507 081.00 Kg</p>
<p>9. رقم و تاريخ الفاتورة N° et date de la facture/ Invoice's number and date</p> <p>SCWS17181-14</p>	
<p>10. تصديق الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة Certificat de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie / Certificate of the Algerian Chamber of Commerce & Industry</p> <p></p> <p>07 MAI 2018</p>	<p>11. Déclaration de l'exportateur / Exporter declaration / تصريح المصدر / Le soussigné déclare que/ The undersigned declares that يصرح الموقع أننا هنأنا التفاصيل والمعلومات الواردة أعلاه صحيحة، أن كل الملح أنتجت في: les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en/ the particulars and information above is accurate, that all these goods were produced in:</p> <p>ALGERIA (Pays/country / البلد)</p> <p>موجهة للتصدير نحو Et destinées à être exportées vers/ And intended to be exported to</p> <p>FRANCE (Pays/country / البلد)</p> <p>المكان والتاريخ، توقيع المصدر Lieu et date, signature du signataire habilité/ Place and date, signature of authorized signatory</p> <p>BEJAIA LE : 12/03/2018</p> <p></p> <p>Radia CHERCHANI Chef Service Back Office</p>
<p>Date et signature/ Date & signature / التاريخ والتوقيع</p>	<p>Date et signature/ Date & signature / التاريخ والتوقيع</p>

Annexe N°10 et 11: Bill of Lading

 MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A. <small>12-14, chemin Rieu, 1208 GENEVA, Switzerland Website : www.msc.com</small>		BILL OF LADING No. MSCUBJ086301 ORIGINAL	
SHIPPER: CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA BEJAIA ALGERIA		NO. & SEQUENCE OF ORIGINAL B/L's NO. OF RIDER PAGES 17/18/1 - 14	
CONSIGNEE: This B/L is not negotiable unless marked "To Order" or "To Order of..." here. TO ORDER		CARRIER'S AGENTS ENDORSEMENTS: (Include Agent(s) at POD) (N2) SAINT LOUIS SUCRE- DANIEL CALMEJANE 35, RUE DE LA GARE-PARC DU MILLENAIRE 2 75019 PARIS- FRANCE PHONE NUMBER : +33141614809 FCL/FCL Special contract: R3761501000001 Lloyds/lmo number = 9347970 SHIPPER'S LOAD, STOW AND COUNT FREIGHT PREPAID 21 DAYS FREE DEMURRAGE	
NOTIFY PARTIES: (No responsibility shall attach to the Carrier or to his Agent for failure to notify - see Clause 20) SUDZUCKER AG - ANN-KATHRIN HUBER MAXIMILIANSTR. 10 68165 MANNHEIM GERMANY TEL: +49 621 421 602 / FAX: +49 621 421 460			
VESSEL & VOYAGE NO. (see Clauses 8 & 9) TOKATA YB816R		PORT OF LOADING BEJAIA	PLACE OF RECEIPT: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
BOOKING REF. (or) 376MXA2866	SHIPPER'S REF. FOS-SUR-MER	PORT OF DISCHARGE FOS-SUR-MER	PLACE OF DELIVERY: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)			
Container Numbers, Seal Numbers and Marks	Description of Packages and Goods (Continued on attached Bill of Lading Rider page(s), if applicable)	Gross Cargo Weight	Measurement
	25x 20' CNTR(S) S.T.C. CONTAINER DETAILS AS PER ATTACHED LIST 506 MT OF WHITE REFINED SUGAR MIN 99.8 POL. MAX 45 ICU. MAX 0.04 ASHES MAX 0.06 MOIST STUFFED IN 23X20FT CONTAINERS NUMBER OF BIG BAGS : 460 NUMBER OF CONTAINERS: 23 GROSS WEIGHT : 507.081 MT NET WEIGHT : 506.000 MT THE NAME OF AGENT AT DESTINATION: MSC - MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY FRANCE S.A. LE PAUL CEZANNE - 15 RUE DU DR ZAMENHOF CS 40004 13322 MARSEILLE CEDEX 16		
TOTAL TARE: 51009.00 KG		TOTALS:	507081.000 KG
FREIGHT & CHARGES Cargo shall not be delivered unless Freight & Charges are paid (see Clause 15).		RECEIVED by the Carrier in apparent good order and condition (unless otherwise stated herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled Carrier's Receipt for carriage subject to all the terms and conditions hereof from the Place of Receipt or Port of Loading to the Port of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. IN ACCEPTING THIS BILL OF LADING THE MERCHANT EXPRESSLY ACCEPTS AND AGREES TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHETHER PRINTED, STAMPED OR OTHERWISE INCORPORATED ON THIS SIDE AND ON THE REVERSE SIDE OF THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL SIGNED BY THE MERCHANT. If this is a negotiable (To Order / of) Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed must be surrendered by the Merchant to the Carrier (together with outstanding Freight and charges) in exchange for the Goods or a Delivery Order. If this is a non-negotiable (straight) Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding Freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the national law at the Port of Discharge or Place of Delivery whichever is applicable. IN WITNESS WHEREOF the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of this tenor and date, and whenever one original Bill of Lading has been surrendered all other Bills of Lading shall be void.	
DECLARED VALUE (only applicable if Ad Valorem Charges paid - see Clause 7.3)	CARRIER'S RECEIPT (No. of Cntrs or Pkgs rcvd by Carrier - see Clause 14.1) 23	SIGNED on behalf of the Carrier MSC-Mediterranean Shipping Company S.A.  MEDITERRANEAN SHIPPING FOR ALGERIA-SARL AS AGENT FOR MEDITERRANEAN SHIPPING CO. GENEVA CARRIER P F	
PLACE AND DATE OF ISSUE BEJAIA, 07/05/2018	SHIPPED ON BOARD DATE 07/05/2018		
376	Standard Edition - 02/2015	TERMS CONTINUED ON REVERSE *	

A 249240803

Annexe N° 10



MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A.
 12-14, chemin Rieu, 1208 GENEVA, Switzerland
 Website : www.msc.com

BILL OF LADING No. RIDER PAGE

SCAC Code: MSCU Page ___ of ___

MSCUBJ086301

CONTINUATION OF PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)

Container Numbers, Seal Numbers and Marks	Description of Packages and Goods (Continued on further Bill of Lading Rider page(s), if applicable)	Gross Cargo Weight	Measurement
BEAU2761834/20'DV/2209 Seal:EU13577684	20 BAGS	22047.000	
BEAU2808607/20'DV/2210 Seal:EU13577675	20 BAGS	22047.000	
BEAU2825395/20'DV/2210 Seal:EU13577679	20 BAGS	22047.000	
CXDU2078755/20'DV/2250 Seal:EU13577683	20 BAGS	22047.000	
DFSU2705170/20'DV/2160 Seal:EU13577685	20 BAGS	22047.000	
FCTU2918696/20'DV/2220 Seal:EU13577673	20 BAGS	22047.000	
FCTU3380096/20'DV/2220 Seal:EU13577689	20 BAGS	22047.000	
FCTU5938799/20'DV/2180 Seal:EU13577676	20 BAGS	22047.000	
GLDU5173376/20'DV/2230 Seal:EU13577692	20 BAGS	22047.000	
MEDU2673810/20'DV/2280 Seal:EU13577672	20 BAGS	22047.000	
MEDU2790334/20'DV/2280 Seal:EU13577681	20 BAGS	22047.000	
MEDU5823869/20'DV/2220 Seal:EU13577690	20 BAGS	22047.000	
MEDU6221022/20'DV/2280 Seal:EU13577680	20 BAGS	22047.000	
MEDU6430001/20'DV/2220 Seal:EU13577674	20 BAGS	22047.000	
MEDU6646006/20'DV/2220 Seal:EU13577687	20 BAGS	22047.000	
MEDU6651620/20'DV/2220 Seal:EU13577671	20 BAGS	22047.000	
MEDU6653962/20'DV/2220 Seal:EU13577677	20 BAGS	22047.000	
MEDU6765875/20'DV/2220 Seal:EU13577691	20 BAGS	22047.000	
MEDU6978660/20'DV/2220 Seal:EU13577678	20 BAGS	22047.000	
TCLU2717540/20'DV/2200 Seal:EU13577682	20 BAGS	22047.000	
TEMU0057486/20'DV/2180 Seal:EU13577693	20 BAGS	22047.000	
TEMU2003350/20'DV/2180 Seal:EU13577686	20 BAGS	22047.000	
TRHU3508041/20'DV/2180 Seal:EU13577688	20 BAGS	22047.000	
Total Cntrs: 23 Total Gross: 507081.000 KG Total Tare: 51009.00 KG Total Measurement:			

PLACE AND DATE OF ISSUE	SHIPPED ON BOARD DATE	SIGNED on behalf of the Carrier MSC Mediterranean Shipping Company S.A.
BEJAIA, 07/05/2018	07/05/2018	

376

Standard Edition - 02/2015

MEDITERRANEAN SHIPPING CO
 AS AGENT FOR
 ALGERIA, TUNISIA, MEDITERRANEAN SEA
 MEDITERRANEAN SHIPPING
 CO. GENEVA - CARRIER P.F.
 249245844

Annea N¹²⁴ 9¹²

Annexe N°12 : Liste des pays importateurs de sucre blanc de CEVITAL

1. Port de destinations	Années d'exportations	Nombre de TCs	Pays Importateurs
AARHUS	2014	1	Darmark
ABIDJAN	2013	6	Cote d'ivoire
ABIDJAN	2014	6	Cote d'ivoire
ALGECIRAS	2013	40	Espagne
ALGECIRAS	2014	45	Espagne
ALGECIRAS	2015	46	Espagne
ALGECIRAS	2016	110	Espagne
ALGERICAS	2017	129	Espagne
AMBARIL	2016	109	Turquie
AMBARLI	2017	115	Turquie
ANTWERP	2013	296	Belgique
ANTWERP	2014	416	Belgique
ANTWERP	2015	87	Belgique
ANTWERP	2016	114	Belgique
ANTWERP	2017	5	Belgique
AQABA	2013	310	Jordanie
AQABA	2014	545	Jordanie
AQABA	2015	414	Jordanie
AQABA	2016	1218	Jordanie
AQABA	2017	2825	Jordanie
BAHREIN	2014	1	Moyen orient
BANJUL	2013	12	Gambie
BAR	2013	129	Monténégro
BAR	2014	90	Montenegro
BAR MONTENEGRO	2015	80	Montenegro
BARCELONA	2013	50	Espagne
BARCELONA	2014	56	Espagne
BARCELONA	2015	115	Espagne
BARCELONA	2016	25	Espagne
BARCELONE	2017	36	Espagne
BASSENS	2015	20	France
BASSENS	2016	32	France
BASSENS	2017	182	France
BEIRUT	2013	774	Liban
BEIRUT	2014	1904	Liban
BEIRUT	2015	1342	Liban
BEIRUT	2016	1042	Liban
BEIRUT	2017	1329	Liban
CANTANIA	2013	125	Italie
CARTAGENA	2014	116	Inde
CARTAGENA	2015	14	Inde
CARTAGENA	2016	73	Inde
CARTAGENA	2017	101	Inde

COLOMBO	2017	70	Sri Lanka
CONAKRY	2013	55	Guinée
CORK IRL	2014	4	Irland
COTONOU	2014	21	Benin
COTONOU	2015	40	Benin
COTONOU	2017	200	Benin
DAMMAM	2013	160	Arabie saoudite
DAMMAM	2014	260	Arabie saoudite
DAMMAM	2015	255	Arabie saoudite
DAMMAM	2016	267	Arabie saoudite
DAMMAM	2017	157	Arabie saoudite
DAR ES SALAAM	2015	400	Tanzanie
DAR ES SALAM	2016	944	Tanzanie
DAR SALAM	2017	353	Tanzanie
DOHA	2013	10	Qatar
DOUALA	2013	8	Cameroun
DOUALA	2014	5	Cameroun
DOUALA	2016	16	Cameroun
DURBAN	2017	2	Afrique de sud
DURESS	2013	506	Albania
DURESS	2014	1123	Albania
DURESSs	2015	1103	Albania
DURESS	2016	692	Albania
DURESS	2017	636	Albania
ELKHOMS	2016	407	Tunisie
FOS SUR MER	2013	2	France
FOS SUR MER	2016	223	France
FOS SUR MER	2017	294	France
FREETOWN	2013	43	Sierra Leone
FREETOWN	2014	41	Sierra leonne
FREETOWN	2015	20	Sierra leonne
FREETOWN	2017	40	Sierra leonne
GDYNIA	2013	14	Pologne
GENOA	2013	1813	Italie
GENOA	2014	1634	Itlie
GENOA	2015	436	Italie
GENOA	2016	1292	Italie
GENOA	2017	1135	Italie
GOTHENBURG	2013	2	Suède
HAMBURG	2013	10	Allmagne
IKENDERUN	2015	132	Turquie
ISKENDERUN	2014	120	Turquie
ISTAMBUL	2015	173	Turquie
ISTAMBUL	2016	142	Turquie
ISTAMBUL	2017	305	Turquie
Istambul_Hydra Pasha/TURKEY	2014	6	Turquie
IZMIR	2015	10	Turquie

IZMIR	2015	40	Turquie
JEBEL ALI	2013	10	Dubai
JEBEL ALI	2014	476	Dubai
JEBEL ALI	2015	137	Dubai
JEBEL ALI	2016	635	Dubai
JEBEL ALI	2017	883	Dubai
JEDDAH	2016	168	Arabie saoudite
KHOMS	2017	80	Libye
LATTAKIA	2013	575	Syrie
LATTAKIA	2014	1072	Syrie
LATTAKIA	2015	932	Syrie
LATTAKIA	2016	613	Syrie
LATTAKIA	2017	160	Syrie
LE HAVRE	2016	2	France
LE VERDON	2013	14	France
LIMASSOL	2013	22	Chypre
LIMASSOL	2014	56	Chypre
LIMASSOL	2015	92	Chypre
LIMASSOL	2016	84	Chypre
LIMASSOL	2017	85	Chypre
LOME	2016	90	Togo
MARSEILLE	2014	2	France
MERSIN	2013	73	Turquie
MERSIN	2014	1347	Turquie
MERSIN	2015	1583	Turquie
MERSIN	2016	532	Turquie
MERSIN	2017	339	Turquie
MINDELO	2017	21	Portugal
MISURATA	2014	40	Libye
MISURATA	2015	60	Libye
MISURATA	2016	385	Libye
Misurata/LIBYA	2017	-	Libye
MOERDIJK	2014	142	Pays bas
MONBASA	2013	20	Kenya
MONBASSA	2017	90	Kenya
MONROVIA	2013	32	Liberya
MOERDIJK	2013	600	Pays bas
NAPLES	2014	198	Italie
NAPLES	2016	370	Italie
NAPLES	2017	2	Italie
NOUAKCHOUT	2013	5	Mauritania
PIRAEUS	2016	127	Grèce
PLOCE	2013	448	Croalie
PLOCE	2014	84	Croalie
PLOCE	2015	60	Croalie
PLOCE	2016	40	Croalie
PLOCE	2017	59	Croalie
PORT SUDAN	2013	1580	Sudan

PORT SUDAN	2014	250	Sudan
POTI	2016	100	Géorgie
PRAIA	2013	40	Portugal
PRAIA	2017	39	Portugal
RADES	2015	112	Tunisie
RADES	2016	24	Tunisie
RADES	2017	16	Tunisie
RAVENNA	2013	12	Italie
RIJEKA	2015	20	Croatie
ROTTERDAM	2013	176	Pays bas
ROTTERDAM	2014	273	Pays bas
ROTTERDAM	2015	18	Pays bas
ROTTERDAM	2017	1	Pays bas
ROUEN	2013	10	France
ROUEN	2014	288	France
ROUEN	2015	240	France
ROUEN	2016	442	France
ROUEN	2017	568	France
SANTA CRUZ	2016	20	Italie
SANTA CRUZ DE TENE	2014	4	Italie
SFAX	2015	16	Tunisie
SFAX	2016	40	Tunisie
Sfax/TUNISIE	2017	8	Tunisie
SUDAN	2014	200	Sudan
TARTOUS	2014	920	Syrie
TARTOUS	2015	370	Syrie
Tartous/SYRIA	2017	-	Syrie
TARTUS	2013	572	Syrie
TEMA	2013	280	Ghana
TEMA	2014	28	Ghana
TEMA	2015	90	Ghana
TEMA	2016	100	Ghana
TEMA	2017	315	Ghana
THESSALONIKI	2013	584	Grèce
THESSALONIKI	2014	341	Grèce
THESSALONIKI	2015	305	Grèce
THESSALONIKI	2016	367	Grèce
THESSALONIKI	2017	12	Grèce
TINERIF	2016	2	Espagne
TORONTO	2013	35	Canada
TRIPOLI	2014	150	Libye
TRIPOLI	2017	37	Libye
TRIPOLI	2016	64	Libye
TUNIS	2014	75	Tunisie
TUNIS	2016	22	Tunisie
TUNIS	2017	280	Tunisie
TUNIS	2015	79	Tunisie

UMM QASR	2013	2120	Irak
UMM QASR	2014	385	Irak
UMM QASR	2015	258	Irak
VALENCE	2013	143	Espagne
VALENCE	2014	506	Espagne
VALENCE	2015	551	Espagne
VALENCE	2016	440	Espagne
VALENCE	2017	604	Espagne
VARNA	2016	74	Bulgarie

Table des matières

Table de matière

Liste des abréviations.....	6
Liste des figures.....	8
Liste des tableaux.....	9
Sommaire.....	10
Introduction générale.....	1
Chapitre I : Introduction au commerce international.....	4
Introduction.....	4
1. Notions générales sur le commerce international.....	4
1.1. Les documents utilisés dans le commerce international.....	5
1.1.1. Les documents de prix.....	5
1.1.2. Les documents de transport.....	6
1.1.3. Les documents d'assurance.....	7
1.1.4. Les documents annexes.....	8
1.2. Les Incoterms.....	9
1.2.1. Définition.....	9
1.2.2. Classification des Incoterms.....	10
1.2.3. Objectifs des INCOTERMS.....	13
2. Les modes d'accès aux marchés étrangers.....	15
2.1. L'exportation contrôlée.....	15
2.1.1. Exportation directe.....	15
2.1.2. Le représentant à l'étranger.....	16
2.1.3. Le bureau de représentation.....	17
2.1.4. La succursale.....	17
2.1.5. Filiale de distribution.....	18
2.1.6. Les filiales de production.....	19
2.1.7. L'agent.....	20
2.2. L'exportation sous-traitée.....	21
2.2.1. L'importateur.....	21

2.2.2.	Importateur exclusif	21
2.2.3.	Les autres intermédiaires	22
2.2.4.	Les sociétés d'accompagnement à l'international.....	23
2.2.5.	Les bureaux d'achat étrangers.....	23
2.2.6.	Les transferts des technologies	24
2.3.	L'exportation concertée	25
2.3.1.	Les groupements d'exportateurs.....	25
2.3.2.	Le portage ou parrainage.....	26
2.3.3.	La franchise.....	26
2.3.4.	La joint-venture	27
3.	Financement du commerce extérieur	27
3.1.	Moyens de paiement à l'international	27
3.1.1.	Le chèque	28
3.1.2.	Les effets de commerce.....	28
3.1.3.	Le virement bancaire	29
3.2.	Techniques de paiement	30
3.2.1.	L'encaissement simple.....	30
3.2.2.	La remise documentaire	30
3.2.3.	L'affacturage.....	31
3.2.4.	Crédit documentaire.....	31
3.3.	Les risques liés au financement du commerce international.....	32
3.3.1.	Les risques liés au financement des importations	32
3.3.2.	Les risques liés au financement des exportations.....	33
3.3.3.	Les risques de non-paiement.....	34
	Conclusion :.....	36
	Chapitre II : Considérations théoriques générales sur la logistique.....	36
	Introduction	36
1.	Présentation de la logistique.....	36
1.1.	Historique et définition de la logistique	37
1.1.1.	Historique	37
1.1.2.	Définitions :	38
1.1.3.	Le contexte de logistique international	39
1.2.	Les différents flux de la logistique	40
1.3.	Les enjeux de la logistique.....	41

1.4.	Coûts et avantage	42
2.	Généralité sur la supply chain	43
2.1.	Définitions de la Supply Chain	44
2.2.	Définitions de la Supply Chain Management	45
2.3.	Les apports de la Supply Chain Management pour l'entreprise	46
2.3.1.	Les apports financiers	46
2.3.2.	Les apports opérationnels	46
2.3.3.	La satisfaction des clients	46
2.4.	Les intervenants dans la Supply Chain Management	46
2.4.1.	Les fournisseurs	46
2.4.2.	Le producteur	46
2.4.3.	Les grossistes	47
2.4.4.	Les détaillants	47
2.4.5.	Le client final	47
2.5.	Les fonctions de la Supply Chain Management	47
2.5.1.	Achat et approvisionnement	47
2.5.2.	La production	48
2.5.3.	Le stockage	48
2.5.4.	La distribution	48
2.5.5.	Le transport	48
2.5.6.	La vente	49
3.	Gestion d'entrepôt et plate-forme logistique	49
3.1.	Architecture du réseau de distribution	49
3.1.1.	Entrepôt ou plate-forme	50
3.1.2.	Choix stratégique et positionnement	51
3.2.	Fonction principale d'entrepôt et plate-forme	56
3.2.1.	La réception de la marchandise	56
3.2.2.	Le suivi des stocks	57
3.2.3.	Expédition de la marchandise	58
3.3.	Emballage, manutention et conditionnement	59
3.3.1.	L'emballage et conditionnement	59
3.3.2.	La manutention	64
	Conclusion	66
	CHAPITRE III : Suivi de la chaîne logistique de l'exportation du sucre	67

Introduction	67
1. Identification du groupe CEVITAL	67
1.1. Historique	68
1.2. Situation géographique	69
1.3. Les différentes activités de l'entreprise	70
1.3.1. Huiles végétales	70
1.3.2. Margarinerie et graisses végétales	71
1.3.3. Sucre blanc.	71
1.3.4. Sucre liquide	71
1.3.5. Silos portuaires	72
1.3.6. Boissons (Eau minérale, boissons gazeuses, jus de fruits)	72
1.4. La structure hiérarchique et les différentes directions du groupe CEVITAL	73
1.4.1. La direction marketing	74
1.4.2. La direction des ventes et commerciale	74
1.4.3. La direction export (transit)	74
1.4.4. La direction système d'information	76
1.4.5. La direction des finances et comptabilité	76
1.4.6. La direction industrielle	76
1.4.7. La direction des Ressources humaines	77
1.4.8. La direction Approvisionnement	77
1.4.9. La direction logistique.....	77
1.4.10. La direction des silos.....	78
1.4.11. La direction des boissons.....	78
1.4.12. La direction des corps gras	78
1.4.13. La direction pole sucre.....	78
1.4.14. La direction QHSE (Qualité Hygiène Sécurité et Environnement)	79
1.4.15. La direction énergie et utilités	79
1.4.16. La direction maintenance et travaux neufs	79
2. L'organisation logistique d'exportation du sucre	80
2.1. L'acheminement du sucre a l'intérieur de l'entreprise	80
2.2. La procédure d'exportation du sucre	81
2.2.1. Le déroulement d'une prise de commande.....	81
2.2.2. Établissement de la facture commerciale (commercial invoice).....	82
2.2.3. La notice d'expédition	82

2.2.4.	La mise à disposition des conteneurs vide (Booking).....	83
2.2.5.	La préparation des conteneurs	83
2.2.6.	L'empotage et le scellement.....	83
2.2.7.	La mise à quai des conteneurs.....	84
2.2.8.	Le dédouanement.....	84
2.2.9.	L'embarquement des conteneurs.....	86
2.2.10.	Le paiement	86
2.2.11.	Rapatriement de fond.....	86
2.3.	Les documents demandés par l'importateur.....	86
2.3.1.	La facture commerciale	86
2.3.2.	Déclaration d'exportation.....	87
2.3.3.	Certificat d'origine	87
2.3.4.	Le connaissement ou B/L (Bill of Lading)	87
3.	Quelques données sur l'exportation du sucre pour les années 2015-2016-2017.....	87
3.1.	Exportations de l'année 2015.....	88
3.2.	Exportations de l'année 2016.....	88
3.3.	Exportations de l'année 2017.....	89
3.4.	Les pays clients de CEVITAL :	91
	Conclusion :.....	93
	Conclusion générale	94
	Bibliographie	I
	ANNEXES	4

Résumé:

Le marché international évolue de jour en jour, ce qui donne aux entreprises une chance de se faire connaître et de faire connaître son produit, afin de répondre aux exigences du consommateur. Mais celle-ci lors de ces opérations à l'international, peuvent faire face à plusieurs risques, donc pour mieux organiser toutes les opérations liées à cette production des biens à l'international sans contraintes ou en les diminuant les spécialistes et praticiens ont vu l'importance de la mise en place d'un service logistique.

La logistique occupe aujourd'hui une place importante au sein de l'entreprise, car elle assure l'écoulement du produit vers le client dans les délais et à moindre coût. La satisfaction de ce dernier dépend d'une bonne synchronisation des activités logistiques. La maîtrise de la logistique permet d'assurer une meilleure entre l'amont et l'aval, et qui détient les moyens pour mettre en œuvre des méthodes de management de la supply chain, qui contribue à l'amélioration de la performance de l'entreprise.

Mot clé : (marché international, logistique, supply chain)

Abstract:

The international market is changing day by day, giving companies a chance to become known and to know their product to meet the requirements of the consumer. But this one during these international operations can face several risks, therefore to better organize all the operations related to this production of the goods with the international without constraints or by decreasing them the specialists and practitioners saw the importance of setting up a logistics service.

Logistics now occupies an important place within the company because it ensures the flow of the product to the customer on time and at a lower cost. The satisfaction of the latter depends on a good synchronization of logistics activities. The mastery of logistics ensures a better between upstream and downstream, and holds the means to implement supply chain management methods, which contributes to the improvement of the performance of the supply chain business.

Keyword (international market, Logistics, supply chain)