

**UNIVERSITE A. MIRA – BEJAIA**

**Faculté des sciences économiques**

**Sciences de Gestion et des Sciences Commerciales**

**Département des Sciences Commerciales**



**Mémoire de fin de Cycle**

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en**

**Sciences Commerciales**

**Option : Commerce International et logistique**

**Thème**

**Gestion logistique d'exportation cas**

**« GENERAL EMBALLAGE »**

**Réalisé par :**

**BELKEBIR HAMZA**

**ISKOUNEN MIMOUNE**

**Encadré par :**

**M. KHIDER.A**

**Année Universitaire 2021-2022**

## **Remerciement**

Nous remercions tout d'abord DIEU tout puissant qui nous a donné le courage, santé, volonté et de la patience pour réaliser ce travail.

On tient à remercier: nos parents qui nous ont toujours soutenus, Je souhaite exprimer ma gratitude à tous ceux qui nous ont prodigué leurs aides et leurs encouragements durant ce stage :

Nous remercions notre encadrant monsieur KHIDER Abdelkrim pour son suivi, ses encouragements, ses précieuses orientations et ses nombreux conseils tout au long de l'avancement de notre mémoire.

Nous remercions aussi notre encadrant madame DJAROUD Nawal pour sa disponibilité et ses conseils avisés durant la période de notre stage, merci aussi à tout le personnel de service exportation

Et SARL GENERAL EMBALLAGE

Pour son accueil, son aide afin de réaliser ce travail.

Sans oublier de remercier toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

Pour nos parents

Notre famille , Nous amis

Que nul mot ne puisse exprimer ce que nous leurs devons ; pour leurs bienveillance, leurs affection et leurs soutiens

**« Que dieu les garde pour nous »**

**HAMZA et MIMOUNE**

## Liste des abréviations

<b>GE</b>	Général Emballage
<b>AGSC</b>	Accord Général Sur Le Commerce Des Services
<b>ASLOG</b>	Association Français Des Logistiques D'entreprise
<b>CCI</b>	Chambre De Commerce International
<b>CFR</b>	Cost And Freight (Coût Et Fret)
<b>CIF</b>	Cost, Insurance And Freight (Coût, Assurance Et Fret)
<b>CIP</b>	Carriage And Insurance Paid To (Port Payé, Assurance ET Fret)
<b>EXW</b>	EX Works (À L'usine)
<b>FCA</b>	Free Carrier (Franco- Transporteur)
<b>FOB</b>	Free On Bord
<b>SWIFT</b>	Society For Worldwide Interbank Financial Telecommunications
<b>NCPDM</b>	(National Concil Of Physical Distribution Management)
<b>OMC</b>	Organisation Mondiale Du Commerce
<b>UE</b>	Union Européenne
<b>TIC</b>	Technologies De L'information Et De La Communication
<b>FMI</b>	Le Fond Monétaire International
<b>LTA</b>	La Lettre De Transport Aérien
<b>DLVI</b>	Le Duplicata De Lettre De Voiture Internationale
<b>LTR</b>	La Lettre De Transport Routier
<b>OLI</b>	Ownership Localisation Internalisation
<b>CGVE</b>	Conditions Générales De Vente Export
<b>SIGAD</b>	Système d'Information Et De Gestion Automatisée Des Douanes
<b>CPT</b>	Carriage Pais To
<b>DAP</b>	Delivered At Place
<b>DPU</b>	Delivered At Place Unloaded
<b>DDP</b>	Delivered Duty Paid

**Liste des tableaux et des figures :**

**Liste des figures :**

<b>Figure 1; représentation schématique de la chaîne logistique .....</b>	<b>17</b>
<b>Figure 2: Les différents flux de la chaîne logistique.....</b>	<b>18</b>
<b>Figure 3 Les quatre composantes de la logistique .....</b>	<b>22</b>
<b>Figure 4 : représentation schématique de l'organisation administrative de GE.....</b>	<b>75</b>
<b>Figure 5 graphe représente le volume et le taux de production (2015-2020).....</b>	<b>81</b>
<b>Figure 6 représentation schématique de chiffre d'affaire (2016-2020).....</b>	<b>82</b>

**Liste des tableaux :**

<b>Tableau 1 : Distinction des incoterm .....</b>	<b>24</b>
<b>Tableau 2 : Distinction des incoterm selon libération des obligations du vendeur (vente au départ).....</b>	<b>26</b>
<b>Tableau 3 : Distinction des incoterm selon libération des obligations du vendeur (vente à l'arrivée) .....</b>	<b>27</b>
<b>Tableau 4 : Distinction des incoterms selon les formalités douanières .....</b>	<b>27</b>
<b>Tableau 5 : Les sept phases des opérations de transport .....</b>	<b>30</b>
<b>Tableau 6 Clauses du contrat à l'international .....</b>	<b>49</b>
<b>Tableau 7 bilan réalisé par général emballage entre 2008 a 2020. ....</b>	<b>79</b>
<b>Tableau 8 Capacités de production de GENERAL EMBALLAGE .....</b>	<b>80</b>
<b>Tableau 9: chiffre d'affaire de GENERAL EMBALLAGE .....</b>	<b>81</b>

## Sommaire

<b>INTRODUCTION GENERALE.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre I : Evolution des échanges commerciaux et de la logistique</b>	
<b>Section 01 EVOLUTION DES ECHANGES INTERNATIONAUX.....</b>	<b>5</b>
<b>Section 02 CONCEPT DE BASE SUR LA LOGISTIQUE ET LA CHAINE LOGISTIQUE.....</b>	<b>11</b>
<b>Section 03 LA LOGISTIQUE INTERNATIONALE.....</b>	<b>21</b>
<b>Chapitre II : Aperçu général sur l'activité d'exploitation</b>	
<b>Section 01 LES ETAPES DE L'ACTIVITE D'EXPORTATION.....</b>	<b>43</b>
<b>Section 02 LA PROCEDURE D'EXPORTATION .....</b>	<b>48</b>
<b>section 03 DISPOSITIFS D'AIDES ET FACILITATION DESEXPORTATIONS .....</b>	<b>58</b>
<b>Chapitre III: Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE</b>	
<b>section 01 PRESENTATION DE GENERAL EMBALLAGE .....</b>	<b>68</b>
<b>Section 02 LES CRITERES ET LES ELEMENTS DE BASE DE LA DEMARCHE EXPORT DE GENERAL EMBALLAGE .....</b>	<b>76</b>
<b>section 03 PROCEDURE D'EXPORTATION DE GENERAL EMBALLAGE.....</b>	<b>87</b>
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>92</b>

# **Introduction générale**

Le commerce international est l'échange de biens, de services et de capitaux entre pays. Par conséquent, il comprend toutes les transactions d'achat et de vente sur les marchés internationaux relatives aux biens et services. Plusieurs entreprises de différentes industries sont impliquées dans le commerce international pour exporter leurs marchandises. En effet, leur présence est considérée comme un facteur de compétitivité et de durabilité. Une entreprise est toujours à la recherche de nouveaux marchés pour commercialiser ses produits afin de pouvoir survivre dans un environnement hautement concurrentiel, ce qui l'oblige à viser de nouveaux marchés à l'étranger en exportant.

Les activités d'exportation sont devenues une exigence incontournable dans le monde d'aujourd'hui. Elle se caractérise par le développement très rapide du commerce international. Les activités d'exportation contribuent à enrichir un pays et participent à son développement économique et social. Certains chercheurs. Dans le domaine économique tel que (Douglas, F.David) soutiennent l'idée que l'activité d'exportation est devenue un paramètre sans lequel la croissance et le développement sont impossibles.

Une entreprise est toujours à la recherche de nouveaux marchés pour commercialiser ses produits afin de pouvoir survivre dans un milieu concurrentiel ; cela exige d'elle de cibler de nouveaux marchés à l'étranger en procédant à l'exportation par la recherche des routes maritimes, aériennes ou terrestres dans le but de livrer des produits, en bon état, au bon endroit, au bon moment et surtout à moindre coût.

Et bien pour s'assurer du bon déroulement de son activité, elle doit faire recours à la logistique, la logistique est une fonction très importante au sein de chaque entreprise, elle prend en charge à son rôle la disponibilité d'un bien ou d'un service dans les lieux et le besoin précis avec du garantie de la gestion de (quantités, délais et coûts).

Cette dernière ne se limite pas seulement à l'organisation des transports, des matières premières et des marchandises, mais aussi à l'ensemble des techniques de contrôle de gestion des flux de matières premières et des produits depuis leurs sources d'approvisionnement jusqu'au point de consommation. C'est-à-dire durant le cycle de vie du produit

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

La chaîne logistique (supply Chain) occupe une place primordiale dans le fonctionnement de l'entreprise, elle commence de fournisseur du fournisseur et se termine de

client du client tout en passant par la fabrication et le stockage des produits en amont et en aval. Pour faire face à la concurrence, chaque entreprise donc se voit intéressée par la maîtrise de ce processus de façon à avoir toutes les informations nécessaires à la mise en place d'une politique commerciale, lui permettant de suivre la concurrence et préserver ses parts du marché.

Cette activité rend l'entreprise plus ouverte au monde extérieur via les avantages qu'elle offre, et de monter ses capacités au monde, bien qu'avant chaque engagement y a la planification et comme principale raison, on trouve l'appui et le soutien des dispositifs d'aides aux exportations qui ont été adoptés. L'importance de ces politiques publiques qui visent l'accompagnement des entreprises dans leur démarche d'exportation.

Des dispositifs d'aide et de soutien aux exportations hors hydrocarbures ont été adoptés, il s'agit des chambres de commerce et d'industrie, des organismes de promotion du commerce extérieur, des compagnies de garantie des opérations du commerce extérieur, des organisations professionnelles assistant l'ensemble des adhérents dans leur démarche d'exportation, tout en favorisant l'échange d'expériences entre eux, ainsi que les conseillers à l'export et les experts ayant capitalisé une expérience en matière de management et de marketing international.

Donc, il est important de souligner que les dispositifs et les mesures de facilitation sont d'autant plus nécessaires lorsque les obstacles à l'exportation sont élevés et les contraintes sont difficiles à surmonter.

Cela nous conduit à poser la problématique de recherche suivante :

Quelle est la démarche suivie par GENERALE EMBALLAGE pour réussir la gestion de ses exportations ?

A travers notre problématique nous visons étudier :

Quels sont les raisons qui poussent GENERAL EMBALLAGE à s'internationaliser par l'exportation malgré leur satisfaction des besoins sur le marché local ?

Qui accompagne les PME dans leurs démarches d'exportation, malgré le manque de d'expérience dans ce domaine qui semble nouveau pour elles ?



Pour étudier et résoudre notre problématique de recherche nous avons émis les hypothèses suivantes :

**Hypothèse 01** : la procédure d'exportation de GENERAL EMBALLAGE appui sur plusieurs étapes indispensable pour arriver au sommet de la démarche.

**Hypothèse 02**: SARL GENERAL EMBALLAGE veille à ce que sa clientèle soit satisfaite en mesure de produit souhaitée à obtenir, Cette satisfaction client est un indicateur indispensable pour assurer la rentabilité de l'entreprise.

Nous aborderons ces hypothèses dans l'ensemble

Notre travail est structuré en trois chapitres : le premier s'articulera autour des évolutions des échanges internationaux relatifs avec la logistique, le deuxième chapitre portera la présentation de l'activité d'exportation. La procédure et ses étapes, les dispositifs d'aides et les facilitations adoptées par les pouvoirs publics en vue de faciliter cette activité. Quand au troisième chapitre, il sera consacré à la présentation de SARL GENERAL EMBALLAGE évolution de leurs exportations ainsi que les problèmes rencontrés à l'export.

# **Chapitre I: Evolution des échanges commerciaux et de la logistique**

## **Introduction**

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, les échanges commerciaux se sont considérablement développés à l'échelle mondiale. L'accroissement du commerce mondial peut être attribué à la libéralisation des échanges internationaux,

Dans ce chapitre on va aborder les différentes étapes de développement des échanges internationaux dès 1945 ainsi que l'importance et la place de la logistique.

## **section 01 EVOLUTION DES ECHANGES INTERNATIONAUX**

Le commerce international est important depuis le XIXe siècle, mais depuis 1945, il a surtout prospéré en quantité et en valeur. La croissance explosive du commerce s'est accompagnée de changements dans la structure des produits échangés et dans les flux commerciaux.

### **.1 Les importantes évolutions des échanges commerciaux depuis 1945**

Depuis 1945 les échanges internationaux ont passé par des grandes phases de développement, on peut les citer comme suit :

#### **1.1 L'explosion du commerce international depuis 1945**

Depuis 1945, le commerce international s'est considérablement développé, dépassant la production mondiale. Ainsi, de 1950 à 1963, les échanges de marchandises ont augmenté en moyenne de près de 8 % par an, contre 5 % de la production mondiale sur la même période. Dans les périodes suivantes, les constats sont les mêmes, et l'écart s'est même creusé durant la période 1990-2003. Cette explosion des échanges peut être comparée à la création de plusieurs organisations ou accords internationaux (GATT, OMC, FMI, Banque mondiale, etc.) qui ont créé des conditions très favorables au développement de l'environnement des échanges.

##### **1.1.1 Des mutations dans la structure des échanges**

Le commerce de biens a connu une croissance très rapide, accompagnée de changements dans le mix produits. Au 19ème siècle, on échangeait principalement des matières premières (environ 2/3 du commerce mondial) : minerais, énergie et produits

agricoles. Mais après 1945, les produits manufacturés ont pris leur place : entre 1950 et 2002, leur part dans les exportations mondiales de marchandises est passée de 40 % à 78 %.

Le commerce des services s'est développé tardivement mais a crû très rapidement, représentant près de 20% du commerce international en 2004 (15% en 1980). Cependant, certains services (services non marchands, services personnels) restent difficilement exportables et constituent ce que l'on appelle le "secteur sanctuaire" de la concurrence

Internationale. L'importance croissante des échanges de services fait qu'ils font désormais l'objet de négociations internationales (Accord général sur le commerce des services : AGCS)<sup>1</sup>.

### **1.1.2 Flux commercial**

- Tri-polarité des échanges : Le commerce mondial est aujourd'hui concentré sur trois pôles fondamentaux, qui représentent environ 80 % des échanges de biens : Amérique du Nord (13,7 %), Europe de l'Ouest (43 %) et Asie (26 %). - Le commerce infrarégional est particulièrement important : une grande partie des échanges se fait à l'intérieur de ces régions. Par exemple, le commerce entre les pays d'Europe occidentale représente 67,7 % des exportations de la région. Il en va de même pour l'Asie (environ 50 % du commerce intra-régional) ou l'Amérique du Nord (40 %). Dans la plupart des cas, ce commerce infrarégional sera lié à l'existence d'organisations de libre-échange « régionales » (UE, ALENA, ASEAN, etc.). - Cette polarisation a marginalisé certaines régions, notamment l'Afrique et l'Amérique latine, qui ne représentaient respectivement que 2,4% et 5,2% des exportations de marchandises en 2003.

### **1.1.3 Changements dans le commerce international :**

Depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, le commerce international a subi des changements majeurs.

- D'une part, les échanges de biens ont augmenté plus rapidement que la production de ces biens : par exemple, durant la période 1990-2003, les échanges de biens ont crû en moyenne de près de 6 % par an, alors que le taux de croissance annuel moyen était de

---

<sup>1</sup><https://thepremierees.blog4ever.com/41-les-grandes-evolutions-du-commerce-internationales> Consulté le 01.04.2022

seulement 2% pour la production de biens. En conséquence, le commerce a augmenté trois fois plus vite que la production au cours de cette période.

- D'autre part, la structure des produits échangés se remodèle progressivement : les produits manufacturés représentent plus des 3/4 des exportations de produits, tandis que les produits agricoles représentent moins de 10 % (mais près de 10 % des produits échangés il y a un demi-siècle).

-Enfin, d'après ces échanges de marchandises, on note l'importance du commerce intra-zone, en particulier pour les pôles Amérique du nord, Europe occidentale et Asie.

### **1.2 Les nouvelles théories du commerce international**

#### **1.2.1 La théorie de cycle de vie de Vernon**

Selon Raymond Vernon, la théorie de cycle de vie d'un produit se divise en plusieurs étapes, correspondant à plusieurs phases du commerce international. D'après R. Vernon « tous les pays avancés ont accès aux connaissances scientifiques, mais la transformation de celle-ci en innovation requiert la présence, non moins des productions, d'un marché vaste et riche, lequel il soit possible de lancer le produit nouveau »<sup>2</sup>.

En ce qui concerne le cycle du produit, il peut connaître quatre phases : lancement, croissance, maturité et déclin<sup>3</sup>.

#### **A Les différentes phases de lancement**

##### *Phase 1: lancement*

Pendant la phase de lancement, le produit se répand progressivement sur le marché. Il est vendu en faibles quantités. Son coût de revient est élevé. Il est notamment alourdi par les coûts de distribution et de communication. Le produit nécessite parfois des adaptations. La rentabilité du produit est négative.

##### *Phase 2 : croissance :*

Les ventes avancent rapidement, ce qui participe à abaisser le coût de revient et améliore la rentabilité. Néanmoins, des concurrents apparaissent.

---

<sup>2</sup>Guillochons Bernard, Kawecki Annie, «économie internationale ». Edition, Dunod, 2006, p5.

<sup>3</sup>Pasco. C «marketing international », Edition, Dunod, Paris, p45

### *Phase3 : maturité :*

La concurrence se développe alors que les débouchés diminuent. Le produit a en effet touché la plupart des acheteurs potentiels. Les bénéfices réalisés sont importants, mais tendent à baisser en raison des dépenses marketing engagées pour soutenir le produit face à la concurrence et des investissements en recherche pour améliorer le produit, dépensés que l'entreprise doit réaliser pour gagner de nouveaux clients.

### *Phase4 : déclin :*

Les ventes du produit baissent et les bénéfices s'effritent. Le produit n'est plus adapté aux goûts et aux besoins du consommateur. L'entreprise doit envisager une transformation de son activité.

### **1.2.2 La théorie stratégie du commerce international**

On parle d'oligopole quand sur un marché, il existe un faible nombre de producteurs face à un grand nombre de consommateurs. Dans ce cas les marchés sont dits en position de concurrence imparfaite. Cet environnement se caractérise par l'émergence et la résistance du profit, dans ce cas, il peut être rationnel d'imposer une réglementation protectionniste.

Ces idées constituent la base théorique de la politique commerciale stratégique et ont donné naissance à une nouvelle approche économique stratégique et l'échange international, dénommée « nouvelle économie internationale ». Initié par Brander et Spencer, Paul Krugman a également participé à cette nouvelle approche. L'apparition de cette théorie remonte à la fin des années 1970, mais elle s'est surtout développée dans les années 1980, un Etat peut mettre en place des politiques commerciales stratégiques dans le but d'ériger des barrières à l'entrée sur le marché national aux produits étrangers concurrents, ou qui permettent à nos entreprises de vendre à des prix très concurrentiels sur le marché étranger. Il s'agit notamment des droits de douane à l'importation prohibitifs, des quotas à l'importation, du dumping commercial, des aides et subventions aux structures productives<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup>Cherrou Kahina « compétitivité dans le cadre de mondialisation : Etude comparative de l'industrie automobile » mémoire de magistère en économie et finance internationale, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, année 2013-2014, P27.

### 1.2.3 Rendement d'échelle croissant :

Désigne la baisse du coût moyen résultant d'une augmentation du volume de production. Elle s'explique fondamentalement par l'existence de coûts fixes qui entraînent une baisse du coût unitaire lorsque la production augmente<sup>5</sup>.

Les économies d'échelles se divisent en deux pays, économies d'échelles internes liées à la taille de la firme et économies d'échelle externe à la firme liée de secteur d'activité.

Les différents cas de rendement d'échelle croissant :

Alfred Marshall (1879) a été le premier qui a introduit la différence entre les économies d'échelle internes et externes à la firme.

#### A Les économies d'échelles internes :

Les économies d'échelle interne sont internes à la firme. Cela est fait qu'en augmentant la part de capitale et de travail dans l'entreprise, l'on va obtenir un rendement marginal croissant en raison de l'existence des coûts fixes dans l'entreprise, coûts dépendant non pas du volume de production réalisé, mais de la structure de production retenue. A l'intérieur d'une structure et à court-terme, ces coûts resteront constants, et le coût unitaire de production pourra baisser.

#### .A.1 b. Les économies d'échelle externes :

il existe des économies d'échelles externes lorsque l'efficacité d'une firme quelconque est influencée positivement par une variable extérieur a la firme comme la taille du pays, la taille du marché mondial ou la taille de la branche dont elle fait partie<sup>6</sup>.

### 1.3 Les fondements théoriques de la multinationalisation des firmes

Plusieurs travaux théoriques se sont concentrés sur le phénomène de l'internationalisation des entreprises et des investissements directs étrangers, les explications et analyses les plus importantes, complétant les raisons ci-dessus, comme suit :

#### 1.3.1 La théorie des marchés imparfaits de S HYMER :

L'économiste canadien Stanley HYMER a proposé en 1976 que les imperfections des marchés des produits et des facteurs constituent les principaux déterminants de

---

<sup>5</sup>Jean Y, Olivier G, dictionnaire d'économie et des sciences sociales, Edition Hatier, Paris, 2006, P101.

<sup>6</sup>Guillochon Bernard, Kawecky Anne, « économie internationale », 6ème Edition, Dunod, Paris, 2009 , P65.

l'investissement direct étranger. Les auteurs soutiennent que toute entreprise établie à l'étranger est en réalité désavantagée (barrières linguistiques et culturelles, goûts des consommateurs, pratiques juridiques, etc.) par rapport aux entreprises nationales. De plus, pour qu'un investissement soit possible et rentable, une entreprise doit disposer d'avantages spécifiques réels par rapport à ses concurrents (propriété des nouvelles technologies, savoir-faire, sources de financement, économies d'échelle, etc.). Cet avantage s'explique par les imperfections du marché et doit être transférable à l'international.

### **A La théorie des coûts de transaction de R. Coase**

Ce fut le premier de R. COASE, dans son célèbre article de 1937 « The Nature of the Firm », suivi des travaux de WILLIAMSON, qui proposait un cadre d'analyse de l'internalisation des firmes, et les deux auteurs distinguaient les transactions nécessitant une internalisation et Ceux-là n'en ont pas besoin. Cette approche montre comment les coûts de transaction peuvent être réduits en répartissant l'activité économique sur les principaux marchés internationaux. Des coûts de transaction inférieurs sont possibles grâce à l'amélioration des communications et à la baisse des coûts de transport.

### **B La théorie éclectique de J. DUNNING**

La théorie éclectique montre que la firme peut obtenir simultanément trois types d'avantages liés à la multinationalisation et formulés par le paradigme OLI Il s'agit de l'avantage spécifique (Ownership advantage) qui réside dans la propriété technologique, les économies d'échelle, l'accès au marché, etc. Ensuite il y a l'avantage à la localisation (Localisation advantage) qui concerne les coûts de transport et de communication, les différences de prix des biens intermédiaires, etc. Enfin, c'est l'avantage à l'internalisation (Internalisation advantage) qui porte sur la diminution des coûts d'échange, la protection du savoir-faire, le contrôle de l'offre' la réduction des incertitudes, etc....<sup>7</sup>.

---

7BRAHIM GUENDOZI « Relations économiques internationales » Editions el Maarifa 2008 pp 69-70



**section 02 CONCEPT DE BASE SUR LA LOGISTIQUE ET LA CHAINE**

**LOGISTIQUE**

**.1 NOTION SUR LA LOGISTIQUE:**

Etymologiquement le terme logistique vient d'un mot grec « logistikos » qui signifie l'art du raisonnement et de calcul selon le dictionnaire de l'académie française.

La logistique provient à l'origine du domaine militaire, c'est ce qui est nécessaire pour la réussite de la stratégie et la tactique dans l'armée : transport, stocks, production, achat, manutention. .

Autrement dit, l'art d'apporter ce qu'il faut, là où il faut et quand il le faut

**1.1 DEFINITION DE LA LOGISTIQUE :**

La logistique est un processus qui anticipe les désirs des clients (ce client peut se trouver aux quatre coins de la planète, ce qui exige la mise en œuvre d'une logistique internationale), permet de se procurer les ressources pour réaliser ses désirs et volontés au bon endroit au moment approprié en optimisant les coûts pour l'entreprise<sup>8</sup>.

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

Selon l'américain marketing association qui date de 1948 « la logistique concerne le mouvement et la manutention de marchandise du point de production au point de consommation ou d'utilisation » dans cette définition, la logistique ne concerne que les activités physiques de la phase de distribution.<sup>9</sup>

Après quelques années, en 1963, le NCPDM (National Council Of Physical Distribution Management) donne une définition plus complète de la « logistique » : terme employé dans l'industrie et le commerce pour décrire le vaste spectre d'activité nécessaire pour obtenir un mouvement officient de produits finis depuis la sortie des chaines de fabrication jusqu'au consommateur, et qui dans quelques cas inclut le mouvement des matières premières depuis leurs fournisseurs jusqu'au début des chaines de fabrication. Ces activités incluent le transport des marchandises, l'entreposage, la manutention, l'emballage, le contrôle des stocks, le choix des emplacements des usines et des entrepôts, le traitement des commandes, les prévisions des

---

<sup>8</sup>Robert NOUMEN « éléments de base de la logistique internationale » Editions MENAIBUC, page 5

<sup>9</sup>NORIGEON.P ? Notes de cours : logistique et e-business, p.6,p7

marchés et le service offert aux clients. » Dans cette définition on voit plus de tâches physiques elle inclut les prévisions du marché, les services offerts aux clients et la localisation des usines et des entrepôts qui entrent dans la décision stratégique<sup>10</sup>

Mais 10 ans après **le NCPDM** a proposé une autre définition pour le concept de la logistique où il a pris en compte l'aspect de management (planification et contrôle). En plus il englobe la phase d'approvisionnement et de recyclage dans la logistique.

Plusieurs définitions ont apparues au cours des années qui suivent, que ce soit défini par **Ratliff et Nulty** en 1996, ou par l'**Association des LOGisticiens d'entreprise (ASLOG)**,

Selon la norme **AFNOR** la logistique est une fonction dont la finalité est la satisfaction des besoins exprimés ou latents, aux meilleures conditions économiques pour l'entreprise et pour un niveau de service déterminé. Les besoins sont de nature interne (approvisionnement de biens et services pour assurer le fonctionnement de l'entreprise) ou externe (satisfaction des clients) la logistique fait appel à plusieurs métiers et savoir-faire qui concourent à la gestion à la maîtrise des flux physique et d'informations ainsi que des moyens.<sup>11</sup>

Puis **L'institut of logistics** qui propose deux définitions pour la logistique : « la logistique et le fait de positionner les ressources en fonction du temps » ou bien « la logistique et le management stratégique d'une chaîne logistique »

### **1.2 LES ENJEUX DE LA LOGISTIQUE**

La logistique représente un enjeu majeur pour la taille, la performance, et même la pérennité de l'entreprise, ça dépend de sa maîtrise de processus de logistique qui conditionne :

La croissance de l'entreprise : la stratégie implique une parfaite maîtrise de problème logistique (ex : livraison en 24h implique une gestion des flux plus performante que d'une autre avec 48h)

La maîtrise des coûts : l'avantage de connaître l'ensemble des coûts d'un produit, depuis son approvisionnement en matières premières jusqu'à l'après-vente, ça permet d'améliorer les délais de livraison, et de réduire les taux d'indispensabilité tout en diminuant les coûts

---

<sup>10</sup><https://www.acharkaoui.com/wp-content/uploads/2008/07/logistique-travers-definitions1.pdf>

<sup>11</sup>Y) PIMER et (M) FENDEUR : op, cit, p, 5.

## **Chapitre I : Evolution des échanges commerciaux et de la logistique**

---

---

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 (sous-traitance), c'est aussi l'optimisation des coûts de transport.

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

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

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

### **1.3 LE ROLE ET LES OBJECTIFS DE LA LOGISTIQUE**

La logistique dans l'entreprise est pour assurer la coordination de l'offre et de la demande, aux plans stratégique et tactique, ainsi que l'entretien à long terme de la qualité des rapports fournisseur-clients qui concerne, la logistique faite pour:

La gestion économique des productions en évitant les ruptures des stocks coûteuses, grâce à une information constante sur l'état du marché.

La réduction des stocks grâce à une rotation accélérée des marchandises entreposées, la réponse adaptée à une demande très volatile.

La mise à disposition du produit chez le client final dans les délais les plus courts et au meilleur coût de distribution possible.

La surveillance et l'amélioration de la qualité de la chaîne qui relie le producteur au consommateur pour parvenir au « zéro défaut » de service /produit rendu.

Gérer les projets (prévision, optimisation logistique, avancement et respect des délais)

#### **1.3.1 Les objectifs de la logistique**

La logistique a pour but d'améliorer la gestion administrative et de réduire les erreurs importantes pour éviter les grandes pertes, et la maîtrise des coûts est loin d'être le seul objectif de la logistique, on trouve aussi :

## **Chapitre I : Evolution des échanges commerciaux et de la logistique**

---

Exécution optimale des commandes : automatiquement, le consommateur cherche toujours le produit qui répond à ses besoins en termes de prix, qualité et de délais, donc ici, il s'agit de la capacité de l'entreprise à satisfaire les attentes de ses clients.

Minimiser les stocks : réduire le stockage et éviter la surproduction, où la production dépend des commandes des clients, pour éviter la surcharge des stocks et rendre le producteur plus proche de son client.

Variabilité minimale : les fuites non attendues et les problèmes fréquentés par les entreprises (coûts élevés, clients insatisfaits) peuvent conduire à une forte variabilité dans le processus logistique, par exemple : (les retards de livraisons, les problèmes lors de la fabrication, les livraisons vers des mauvais entrepôts),

Les coopérations logistiques et les TIC permettent de réduire la variabilité.

Productivité selon la nécessité : la production se planifiée en accord avec la demande des clients, ces derniers ne vont déclencher une production que par une commande, l'entreprise possède un stock limité dans le cas des produit qui nécessitent un délai de fabrication important.

La consolidation des transports : l'un des coûts logistiques le plus fort, on sait bien que le coût de transports est directement lié à la nature du produit, à la taille de la cargaison, à la distance. Il est difficile de jouer sur le produit et sur la distance, il faudra être attentif au volume transporté, pour que le cout par unité soit plus faible.

### **1.4 LES MISSIONS DE LA LOGISTIQUE<sup>12</sup>**

La fonction logistique prend en charge les flux des marchandises en amont et en aval :

En amont, la logistique s'occupe des flux de l'approvisionnement (achat de fournitures auprès des fournisseurs de l'entreprise), du transport amont et des opérations en douane pour acheminer les marchandises vers le point de stockage, de la réception et du contrôle des marchandises, puis de leur stockage.

En aval, la logistique se charge de la préparation des commandes (emballages, constitution de lots, marquage des prix,...), et de transport aval (passage à quai, transport stricto sensu et des opérations s douanières export).

---

<sup>12</sup>Transport jusqu'à un point de répartition ou d'éclatement.

La réalisation des missions de la logistique suppose le respect d'un certain nombre de réglementation nationales, internationales, communautaires, selon :

Les catégories de marchandises (marchandises dangereuses, marchandises impliquant la mise en œuvre de la chaîne du froid pour la sécurité alimentaire, marchandises sensibles « animaux vivants »).

La méthode de gestion (gestion de la traçabilité des marchandises, dates limites de la consommation, température de stockage et de transport,...).

Le secteur d'activité (mise sur le marché de produits pharmaceutiques, transport, manipulation et stockage de marchandises dangereuses, etc.)

### **1.5 Les différents types de logistique**

La logistique est le moyen de satisfaire la demande, (le flux physique de producteur au consommateur, souvent une réponse à un flux d'information en sens inverse provenant d'un point de distribution) puisque une demande déclenche un ordre de livraison, qui nécessite une commande commerciale suivie d'un ordre de production générant à son tour des ordres d'approvisionnement<sup>13</sup>.

Il existe plusieurs types de logistique, dont la logistique de biens et services :

#### **1.5.1 La logistique d'approvisionnement**

Regroupe l'ensemble des activités qui contribuent à l'acquisition des matières ou des services dont l'entreprise a besoin pour son fonctionnement. Elle intègre la détermination de quantités de commande, la recherche des sources d'approvisionnement (fabricants, fournisseurs), les achats (passation des commandes), la gestion de la base des données et articles, la gestion des magasins et des stocks de matières, une fois les besoins de la production ont été spécifiés, l'approvisionnement intervient pour assurer la mise à disposition dans délais souhaité par l'entreprise

---

13YVES PIMOR : logistique : production, distribution soutien DUNOD ? 3EME 2DITION ? PARIS ?  
2003 P4

### **1.5.2 La logistique de fabrication**

Consiste à mettre en œuvre les activités de planification des besoins en composants gestion des stocks des encours de production et de produits semi-finis, gestion des données techniques de la production, ordonnancement et planification de la production, manutention entre unités de fabrication.

### **1.5.3 La logistique de distribution**

Ce type de logistique consiste à contrôler la conformité des livraisons à l'arrivée aux magasins ainsi que la quantité et la qualité des palettes avant le départ de l'entrepôt, auditer la préparation des commandes, gérer quotidiennement les stocks, le chargement des marchandises, l'envoi, la réception et le conditionnement des colis. D'une manière générale, elle consiste à apporter au consommateur final les produits dont il a besoin.

### **1.5.4 La logistique à l'inverse**

La logistique de retour regroupe donc l'ensemble des activités qui contribuent à ramener vers l'usine des marchandises récupérées chez le consommateur final. Elle correspond aux flux des éléments ou de produits non utilisables tels qu'ils sont vers le site de stockage de retraitement ou de recyclage.

## **.2 PRINCIPES DE BASE DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE (supply chain)**

Le terme "supply" en anglais signifie « l'offre » ou « la fourniture » qui traduit au verbe « fournir » ou « approvisionner » qui forme l'expression « chaîne de l'offre » « et « chaîne d'approvisionnement » deux expressions synonymes de « chaîne logistique », apparue au début des années 80, aujourd'hui il est devenu très utilisé spécialement dans le vocabulaire des entreprises, celles confrontées à une forte concurrence, une mondialisation des marchés, et une évolution rapide des nouvelles technologies informatiques.

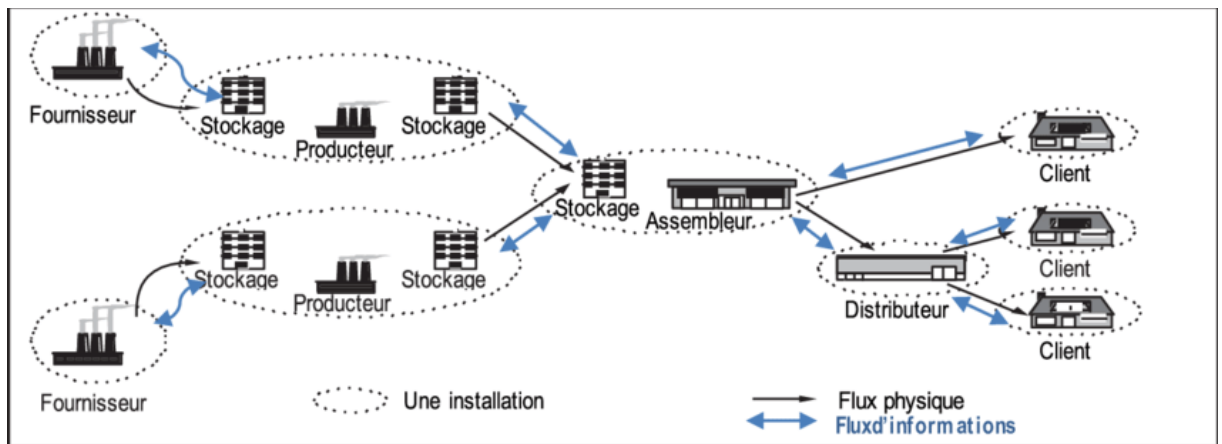
On peut définir la chaîne logistique comme :

### **2.1 Définition de la chaîne logistique**

Il existe plusieurs définitions de la chaîne logistique, dont :

Commençant par la définition la plus fréquente, où la supply chain est souvent une chaîne qui relie le fournisseur du fournisseur au client ultime (le consommateur)

Figure 1; représentation schématique de la chaîne logistique



Source : [https://www.researchgate.net/figure/La-chaîne-logistique-GALASSO-2007-Council-of-Supply-Chain-Management-5-conserve\\_fig2\\_330312305](https://www.researchgate.net/figure/La-chaîne-logistique-GALASSO-2007-Council-of-Supply-Chain-Management-5-conserve_fig2_330312305) consulte le 03.04.2022

L'institute of logistics définit la logistique comme suit : « une séquence d'activités qui servent à satisfaire les clients, elle peut contenir les activités d'approvisionnement, de production, de distribution et de gestion des déchets, avec le transport associé, le stockage et la technologie informatique »<sup>14</sup>.

-supply chain council l'a défini ainsi : la chaîne logistique englobe tous les acteurs impliqués dans la production et la livraison d'un produit fini ou d'un service depuis le fournisseur jusqu'au client, elle est constituée de fournisseurs, de fabricants, de distributeurs, et de clients.<sup>15</sup>

### 2.2 Les flux de la chaîne logistique

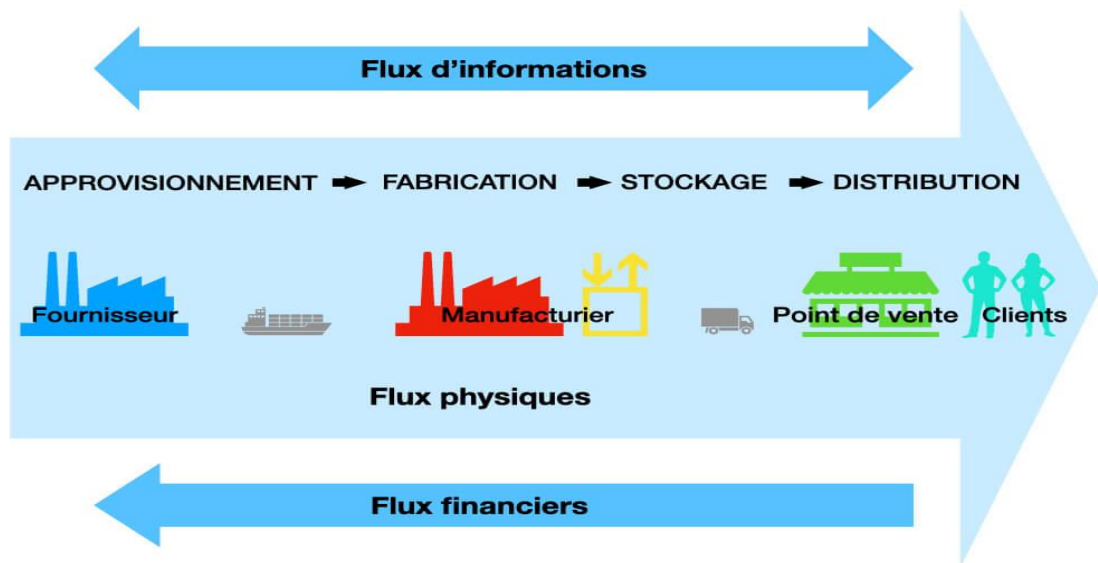
L'ensemble d'opérations effectuées par une entreprise ou qui circulent entre les acteurs de la chaîne logistique, que se soit entre une entreprise et ses partenaires, ça donne lieu à des échanges, des transferts, qu'on peut les appeler « les flux »

Il existe trois types de flux (physiques, financiers et d'informations) :

<sup>14</sup>Pierre Médane, Anne Garatacap, op.cit, P19

<sup>15</sup>Terminologie en transports combinés, Conseil économique et social des Nations unies, 1er février 2000.

Figure 2: Les différents flux de la chaîne logistique



Source : <https://packhelp.fr/supply-chain-management-optimisation> consulté le 04/04/2022

### 2.2.1 Les Flux d'Informations

La performance de ce flux d'information se traduit par une importante réussite de la chaîne logistique, une étape essentielle dans cette démarche. Ce flux représente le transfert ou l'échanges de données entre les différents acteurs de la chaîne logistique, il s'agit de :

Une information commerciale : toutes commandes (qui a référence à un produit) passées entre clients et fournisseurs, sur (quantité, date de livraison, prix...)

Une information technique : il s'agit de (paramètres physique du produit, gammes, capacité de production, et du transport, les niveaux des stocks), ces dernier sont réclamés généralement par les clients qui souhaitent connaître l'état d'avancement de production de leurs produits.



Le flux d'information est de plus en plus rapide grâce aux progrès technologique, voire le besoin de la confidentialité entre les acteurs de la chaîne logistique, mais le problème de la qualité des données subsiste, et donc le risque existe toujours, que les décisions soient basées sur des données erronées ou périmées.

### 2.2.2 Les Flux Physiques (réel)

Le flux physique constitué par le mouvement des marchandises transportées et transformées en produits finis depuis les matières premières, tout en passant par divers stades de produits semi-finis, après la production, on passe au déplacement et au stockage de la marchandise, cela part d'un site de production pour aller vers un entrepôt ou un lieu de stockage, pour aller ensuite vers son client ou consommateur final,

Ce flux regroupe les fonctions (d'approvisionnement, de maintenance, de pilotage des stocks, de gestion d'entrepôts, et de transport)

On peut diviser le flux physique en 3 sous-flux :

**Les flux entrants :** il concerne l'approvisionnement (matières premières, pièces de rechanges, composant...)

**Flux circulants :** ce sont les produits en-cours de production, semi-finis, sous-ensembles.

**Flux sortants :** toute sortie ou distribution de produits finis de l'entreprise.

### 2.2.3 Les flux financier

Le flux financier concerne toute la gestion pécuniaire des entreprises : ventes de produits, achats des composants ou de matières premières, mais aussi des outils de production, de divers équipements, de la location d'entrepôts, ...et bien sûr du salaire des employés. Le flux financier est généralement géré de façon centralisée dans l'entreprise dans le service financier ou comptabilité, en liaison toutefois avec la fonction production par les services achat et le service commercial. Sur le long terme, il correspond aussi aux investissements lourds tels que la construction de nouveaux bâtiments et de lignes de

fabrications. Encore s'agit-il d'échanges avec des organismes bancaires extérieurs au réseau d'entreprises<sup>16</sup>.

### 2.3 La mise en place d'une chaîne logistique

Comme tous les objectifs principaux d'une organisation qui est d'obtenir des bénéfices et résultats concrets, l'adaptation de la gestion de la chaîne logistique, qui représente un mécanisme stratégique pour chaque entreprise l'a permet d'atteindre ce dernier objectif.

La mise en place d'un modèle de « supply chain » appuie sur plusieurs étapes :

**Le diagnostic** : comprendre les besoins de sa clientèle, le premier pas pour en réussir la démarche, la disponibilité des produits, emplacement de stockage, système d'information et les différents flux (information, physique, financier) pour avoir une fonction logistique fiable qui reprend aux estimations de prévisions étudiée.

**Le choix de la cible** : la segmentation de sa clientèle pour savoir les différents services qu'ils l'attendent pour adapter des offre adaptée aux besoins.

**La construction de l'offre** : il dépend de (attentes des clients, la capacité de production, et l'offre compétitive ou bien concurrentielle), la mesure du service fera en termes de qualité et de coût.

**La mise en place des outils** : l'obtention des informations de commande du point de vente pour échanger les données entre les clients industriels et les fournisseurs. Cela permet aux partenaires de la chaîne logistique d'agir sur la vraie demande que de dépendre de l'estimation et de prévisions, malgré que les résultats soient très proches.

**Le fonctionnement en collaboration entre acheteur et fournisseur** : par une création d'un environnement mixte entre l'acheteur, le fournisseur, et le transporteur (intermédiaire), et déterminer une stratégie commune (modes de transport, moyen de paiement, l'assurance...), toutes ces formes de collaborations dans la chaîne logistique sont de plus en plus répandues.

---

<sup>16</sup>Français M-julien, planification des chaînes logistiques : modélisation du système décisionnel et performance, thèse pour l'obtention de grade de docteur en productique, l'université bordeaux 1, 2007, page33

### section 03 LA LOGISTIQUE INTERNATIONALE

La logistique internationale est l'un des facteurs importants pour le succès de l'organisation Marché international. Dans cette section, nous aborderons la logistique International, y compris sa définition, son importance dans le commerce d'exportation, Nous continuons à effectuer des expéditions internationales de marchandises (modes de transport et risques Transport maritime international).

#### .1 Définition de la logistique internationale

C'est un vaste domaine composé de nombreux métiers, leurs missions et réalisations Livraison des biens vendus par l'entreprise dans les meilleurs délais et dans les meilleures conditions Un client situé dans un pays est situé dans un autre pays<sup>17</sup>.

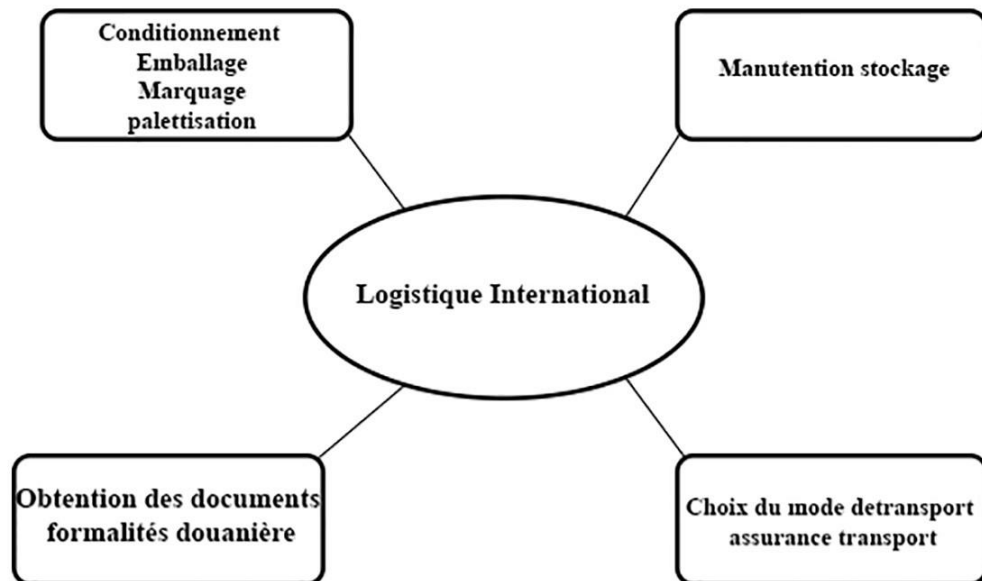
La logistique internationale n'est pas Non seulement limitée aux envois internationaux de marchandises, mais également à d'autres étapes, à savoir :

- l'emballage de la marchandise ;
- Le chargement par route, mer, air ou rail dépend de la nature et la destination du contrat ;
- Stockage sous douane ;
- activité de dédouanement ;
- Livraison à l'acheteur.
- Assurance du fret et système de paiement

---

<sup>17</sup>NOUMEN Robert, les éléments de base de la logistique international, Paris, 2004, P.5.

Figure 3 Les quatre composantes de la logistique



Source : Corinne Pasco, « commerce international », P66

### .2 Importance de la logistique internationale dans l'exportation :

La logistique internationale est un élément indispensable dans ce domaine car Commerce extérieur, les sociétés commerciales ne peuvent ignorer les ventes directes de marchandises exporter et/ou importer. La logistique est le principal secteur d'importation et d'exportation. ça montre un Forte croissance internationale après la mondialisation et le libre-échange mondial Le monde, la montée des pays émergents, les nouveaux développements Découvrez l'importance de la technologie et l'explosion du e-commerce, Il est nécessaire de gérer le transport.

### .3 Les intervenants de la logistique internationale

Les principaux intervenants en transport international de marchandises sont :

**Le chargeur** : est l'expéditeur des marchandises, la personne qui confie légalement les marchandises au transporteur, et peut être le propriétaire des marchandises ou leurs représentants.

**Le groupeur de la marchandise** : est une agence ou une entreprise qui consolide les expéditions au détail de plusieurs entreprises et groupes avant de les voir expédiées vers leur destination. Elle négocie des tarifs avantageux et les répercute sur les expéditeurs. Elle est très active dans le transport routier et le transport aérien.

**Le transitaire**: Il agit en tant qu'aide logistique pour l'exportateur (ou l'importateur, selon les Incoterms convenus). Sa fonction principale est d'assurer la continuité des différents transports. Il conseille l'expéditeur ou le destinataire sur tous les aspects du transport de marchandises en transport continu : mode de transport, itinéraire, choix du transporteur, Coûts directs et connexes, etc.

Toutefois, le commissionnaire de transport peut se voir confier par l'expéditeur ou le destinataire Marchandises pour transport continu. Son rôle principal est d'assurer

#### .4 Les incoterms

Les incoterms sont définis comme l'ensemble des règles visant à uniformiser les termes commerciaux les plus utilisés dans le commerce international en définissant par un terme unique, interprétable d'une façon identique de par le monde, une relation donnée entre un client et un fournisseur.<sup>18</sup>

**Transfert de coûts** : Dans les ventes internationales, la livraison de marchandises nécessite souvent plusieurs expéditions, assurances, dédouanement, chargement et déchargement.

**Transfert des risques** : Il est important de savoir qui doit supporter les frais supplémentaires qui peuvent être encourus pendant le voyage et les dommages éventuels à la marchandise. C'est ainsi que les Incoterms déterminent le point de transfert des risques.

**Documents à fournir** : Une définition précise des documents que le Vendeur fournira à l'Acheteur.

La préparation aux coûts et risques liés au transport de marchandises est une source de conflits potentiels. Pour éviter toute ambiguïté dans les termes du contrat, le contrat de vente doit être rédigé dans la langue écrite, c'est-à-dire Incoterms (Conditions Commerciales Internationales) ou CIV (Conditions Internationales de Vente). Le tableau ci-dessous résume la signification et les caractéristiques des Incoterms.

---

<sup>18</sup>Le guide de l'exportateur Algérien de la Banque National d'Algérie

### 4.1 Distinction des incoterms selon le mode de transport utilisé :<sup>19</sup>

Tableau 1 : Distinction des incoterm

Transport maritime	<b>FOB</b> : free on board – Franco bord <b>FAS</b> : FREE ALONGSIDE SHIP - FRANCO LE LONG DU NAVIRE <b>CFR</b> : cost and freight – cout et fret <b>CIF</b> : cost insurance and freight – cout assurance et fret
Tout type de transport, dont multimodal	<b>EXW</b> : ex works – à l’usine <b>FCA</b> : free carrier – franco transporteur <b>CPT</b> : carriage paid to – port payé jusqu’à <b>CIP</b> : carriage and insurance – port payé assurance comprise <b>DAT</b> : delivered at terminal – rendu au terminal, remplace le DEQ <b>DAP</b> : delivered at place – rendu au lieu de destination convenu, remplace le DES, DAF, DDU <b>DDP</b> : delivered duty paid – rendu droits acquittés

#### 4.1.1 EXW – départ usine (usine)

Règle qui impose la moindre obligation au vendeur, celui-ci a pour seule responsabilité d’emballer la marchandise et de la mettre à disposition de l’acheteur dans ses propres locaux. Par conséquent, en vertu de cette règle, l’acheteur supporte tous les frais et risques inhérents au chargement et au transport des marchandises avant qu’elles n’atteignent leur destination.

#### 4.1.2 FCA (Free carrier ou Franco transporteur):

Dans les règles incoterms 2020, l’incoterm FCA a été enrichi d’une option « Onboard Bill of Lading » (ou OBL pour Onboard Bill of Lading). Avec cette option, l’acheteur, Responsable de l’expédition, demande au transporteur de fournir une preuve d’expédition au vendeur. Cet ajout devrait permettre de répondre plus facilement aux demandes des banques (Prenons un crédit documentaire comme exemple).

<sup>19</sup>Kosma-lacroze catherine « gestion des opérations d’import-export » épreuve 6, p91

### **4.1.3 FAS (Free alongsideship) :**

Le vendeur paie les frais d'expédition jusqu'au port d'embarquement et exécute Procédures d'exportation (paiement des redevances, droits et taxes liés à ces procédures). Cette Les marchandises sont livrées le long du navire au port désigné par l'acheteur. Cette expédition Marque le transfert des risques, des frais et des formalités à l'acquéreur.

### **4.1.4 FOB (Free On board):**

Le vendeur doit dédouaner et livrer les marchandises sur le navire désigné acheteur. Et payer les frais d'expédition jusqu'au port d'embarquement, et Chargement et traitement des procédures d'exportation Payer les frais, droits et taxes liés à ces procédures.

### **4.1.5 CFR (cost and freight):**

Le vendeur se charge du transport principal jusqu'au port de destination. Cette Ainsi, le transfert des coûts se produit à l'arrivée, mais le vendeur n'est plus responsable Une fois les marchandises arrivées au port de départ, elles sont emballées (assurées par l'acheteur) et responsables du dédouanement à l'exportation.

### **4.1.6 CIF (CostInsurance and freight):**

L'incoterm est similaire à l'incoterm CFR. Mais le vendeur prend en charge Assurance autre que le transport. Par conséquent, cela réduit le risque de l'acheteur car en cas d'accident Au cours du processus d'expédition principal, le vendeur devra souscrire une assurance.

### **4.1.7 CPT (Carriage paid To):**

Dans cet Incoterm, l'expédition est payée par le vendeur jusqu'à la destination. Cette Le transfert des risques s'opère dès la remise des marchandises au premier transporteur. Par conséquent, les frais d'assurance sont à la charge de l'acheteur.

### **4.1.8 CIP (Carriage and Insurancepaid To):**

Le vendeur est responsable de la livraison des marchandises à l'endroit choisi par l'acheteur. Cette Un petit plus à cet Incoterm est que le vendeur doit acheter le couvert Risque de l'acheteur pendant l'expédition. L'acheteur est responsable du déchargement, suivi de l'expédition finale.

### **4.1.9 DAP (Delivered at place) :**

Le vendeur est responsable du transport des marchandises, plaçant les marchandises sur A la disposition de l'acheteur jusqu'au point de livraison convenu. Il supporte les frais et

risque jusqu'ici. L'acheteur organise le déchargement et accomplit les formalités Importez et payez les droits et taxes applicables.

### 4.1.10 DPU (Delivered at place Unloaded):

L'incoterm DAT (livré au terminal) a été renommé DPU. Le vendeur est Responsable du coût et du risque de livraison des marchandises à leur destination Convenez de l'endroit où la cargaison peut être déchargée pour le transporteur suivant. Cette Le vendeur organise les douanes et décharge les marchandises au lieu convenu. Acheteur Organiser le dédouanement et toutes les tâches connexes.

### 4.1.11 DDP (Delivered Duty paid):

Le vendeur supporte les frais et risques d'expédition et est responsable d'Importer et exporter et payer les droits d'importation. Tant que les marchandises Arrivée à l'adresse convenue et libération pour le déchargement, tous les risques sont transférés à l'acheteur.

## 4.2 Distinction des incoterm selon libération des obligations du vendeur<sup>20</sup>

Vente au départ : Le vendeur s'acquitte de son obligation de livrer les marchandises dans son pays.

**Tableau 2 : Distinction des incoterm selon libération des obligations du vendeur (vente au départ)**

Groupe d'incoterm	Obligation du vendeur
E	Le vendeur livre les marchandises dans ses propres locaux
F	Le vendeur livre les marchandises au transporteur principal désigné, mais il n'assume ni les frais ni le risque relatif à ce transport
C	Le vendeur livre les marchandises au transporteur principal dont il assume les frais, non pas les risques



### Vente à l'arrivée

**Tableau 3 : Distinction des incoterm selon libération des obligations du vendeur (vente à l'arrivée)**

Groupe d'incoterm	Obligation du vendeur
D	<p>Le vendeur livre les marchandises à destination (ex : entrepôt du transporteur désigné pour le post-acheminement, entrepôt de l'acheteur...)</p> <p>Il supporte les frais et risques liés au transport principal.</p>

### 4.3 Distinction des incoterms selon les formalités douanières<sup>21</sup>

**Tableau 4 : Distinction des incoterms selon les formalités douanières**

Incoterm	Dédouanement export	Dédouanement import	Droits et taxes
EXW	A	A	A
FCA	V	A	A
FAS	V	A	A
FOB	V	A	A
CFR	V	A	A
CIF	V	A	A
CPT	V	A	A
CIP	V	A	A
DAT	V	A	A
DAP	V	A	A
DDP	V	V	V

<sup>21</sup>Idem

### **.5 Modes de transport**

Le transport maritime international est un outil stratégique et essentiel pour la livraison de marchandises Marchandise ou marchandise ou un produit donné. D'une manière générale, il existe plusieurs méthodes d'expédition internationale : International maritime, aérien, routier, ferroviaire, fluvial et colis postal. Chaque type a ses avantages et inconvénients. L'entreprise d'exportation ou d'importation choisit le mode d'expédition en en fonction du coût, du temps et de la sécurité et d'autres critères, tels que la nature du produit, La qualité et le pays de l'acheteur ou du vendeur<sup>22</sup>.

#### **5.1 Le transport terrestre :**

Désigne le transport de marchandises par route directement depuis un lieu compagnie à une autre, même sur de longues distances. En effet, le transport routier Souvent utilisé lors de l'exécution d'opérations sur un territoire donné.

#### **5.2 Le transport maritime :**

Le transport maritime est plus pratique en raison de son faible coût Pour le commerce international, bien que le délai de livraison soit plus court que fret aérien. Préférable également en cas de livraison à pays lointain.

#### **5.3 Le transport aérien :**

Est le secteur économique qui comprend toutes les activités Le transport aérien au niveau international, bien sûr, est le plus rapide. Cette qualité en ferait le moyen privilégié d'expédier des marchandises sensibles ou périssables ; cet Un excellent service a un prix. Le transport aérien est idéal pour les colis Petite taille.

#### **5.4 Le transport ferroviaire :**

C'est un mode de transport utilisé dans de nombreux pays En fait, le transport ferroviaire dans le monde utilise généralement Pour le transport ferroviaire de tonnage plus élevé, une attention doit être portée au transport La plupart des régions n'utilisent pas le rail pour transporter des marchandises monde, faute de chemins de fer transcontinentaux.

#### **5.5 Le transport fluvial :**

Est le transport de marchandises ou de marchandises par voie navigable de l'eau. C'est un moyen de transport très économique car peu énergivore. Il permet de transporter de très gros tonnages, ce qui en fait un moyen de transport Expédition de masse.

---

<sup>22</sup>Désiré Loth, « L'Essentiel des techniques du commerce international », p38, paris, 2009

### 5.6 Le transport postal :

Est un service fourni par un opérateur postal, y compris la sécurisation du transport et de la distribution du courrier (lettres et notamment enveloppes) ou des paquets. Il permet d'expédier des colis dans le monde entier Simplifier les procédures douanières selon différentes formules.

**Tableau 5 Représentation des différents modes de transport et leurs caractéristiques techniques, leurs avantages et inconvénients**

Mode transport	Caractéristiques et Techniques	Avantages	Inconvénients
<b>Maritime</b>	-Diversité et adaptation des différents types de navires -Utilisation très Répondue du Conteneur: évité les ruptures de charge - Réduit le cout de la manutention et des assurances	Adapté aux expéditions lointaines -Prix avantageux -Absence de rupture de charge - Possibilité de stockage dans les Zones portuaires -Rapidité, Sécurité, pour les marchandises	Délais et sécurité parfois aléatoires -Fréquence des départs -Certaines lignes ne Transportent pas de Conteneurs. -Assurances et emballages plus Onéreux -Cout au kilo relativement élevé
<b>Aérien</b>	-Appareils mixtes et tout cargo. -Chargement en ULD (Unit load Service où Unité de chargement)	- Diminution des frais financiers et de stockage -Emballages et assurances moins Couteux	-Peu adapté au X Marchandises de faibles valeurs -capacité limitée - Rupture de charge
<b>Routier</b>	-pratique de la Conteneurisation et Possibilité de combiner rail et route.	-Délais relativement couts -Complément indispensable des	-Délais et sécurité variables -Cout élevé pour les destinations

		Autres modes de transport -Souplesse d'utilisation	-Peu adapté aux grandes Quantités
<b>Ferroviaire</b>	Expédition par wagon isolé entre 5 et 60 tonnes et possibilité de trains entiers pour des tonnages supérieurs. - Diversité du matériel disponible et utilisation de caisses mobiles	-Développement du transport Combiné. -Cout avantageux et rapidité pour les longues distances. -Multiplication des délais Garantis	-Compétitivité moindre pour les courtes distances -Ruptures de charge. -Limité par réseau.
<b>Fluvial</b>	-Utilisation des voies navigables naturelles et des canaux	-Prix très bas -adapté aux marchandises Pondéreuses	-Réseau fluvial limité -Lenteur

### 5.7 La mise en œuvre des opérations de transport :

La mise en œuvre des opérations de transport sont menées dans sept (7) phases aussi

Importantes les unes que les autres<sup>23</sup>

**Tableau 5 : Les sept phases des opérations de transport**

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

<sup>23</sup>LOTH.D, l'essentiel des techniques du commerce international, édite PUBLIBOOK, Paris, 2009, P60

7	Le suivie	Vendeur
---	-----------	---------

**SOURCE :** LOTH.D « l'essentiel des techniques du commerce internationale » édition PUBLIBOOK, Paris, 2009, p32

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

Obligation du vendeur ou de l'acheteur :

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

Pour les documents correspondants à cette phase sont:

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

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

Obligation du vendeur ou de l'acheteur :

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

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

Pour les documents correspondants à cette phase sont:

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

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

Obligation du Vendeur/Acheteur :

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

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

### **Phase 4 : Le dédouanement export**

Obligations du Vendeur/Acheteur :

Le dédouanement export est à la charge de vendeur sauf s'il s'agit d'une vente EXW.

Les documents correspondant au dédouanement export sont exigés par la douane.

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

Obligations du Vendeur/Acheteur :

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

Pour les documents correspondants à cette phase sont:

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

### **Phase 6 : Le dédouanement import**

Obligations du Vendeur/Acheteur :

Le dédouanement import est à la charge de l'acheteur sauf s'il s'agit d'une vente DDP. Pour les documents correspondant au dédouanement import sont exigés par la douane.

### **Phase 7 : Le suivi**

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

#### **5.8 Choix d'une solution de transport :**

Élaborer une solution-transport consiste à définir de façon pratique l'organisation du transport pour une opération – ou plus souvent une série d'opérations – donnée. Pour ceci, vous devez analyser l'organisation matérielle de l'acheminement de vos produits, et effectuer un certain nombre de choix : quel mode de transport, quelle fréquence, quels intermédiaires, quel type de contrat<sup>24</sup>.

Un exportateur devrait élaborer sa propre stratégie de transport, car elle aura l'avantage de pouvoir choisir le mode. Il pourra aussi contrôler les coûts encourus, diminuer les risques de pertes ou d'avaries et mieux contrôler le temps nécessaire au transit. En outre, il apprendra quels moyens utiliser pour mieux atteindre un marché étranger<sup>25</sup>.

#### **5.9 Des critères pour choisir le mode de transport**

De nombreux critères entrent en compte dans le choix du mode. On peut les classer ainsi :

- la disponibilité, selon la situation des lieux d'origine et de destination et la configuration du réseau de transport correspondant ;

- la capacité, selon le volume de l'envoi à transporter ;

- la rapidité (vitesse ou délai), la valeur de la marchandise, sa fragilité,

- le coût, selon la valeur des produits à transporter ;

---

<sup>24</sup><https://mind.prism srl.it/wp-content/uploads/2017/02/26.Choosing-a-transport-solution.pdf> consulte le 01.04..2022.

<sup>25</sup>KARL MIVILLE-DE CHAENE, le commerce international, par contact monde, P 80.

- la sécurité, selon la valeur et la fragilité des produits à transporter, leur conditionnement (vrac, palettes...) ou leur caractère dangereux ;

- la fiabilité, selon les impératifs de la chaîne logistique, en rapport avec les conditions climatiques et la situation politique des territoires et des frontières à traverser, les contraintes économiques et sociales (prix du pétrole, salaires, grèves),

- les contraintes légales et réglementaires applicables au produit transporté et au mode considéré.

- le niveau de qualité et de fiabilité des entreprises de transport utilisées.<sup>26</sup>

### .6 LES RISQUES A L'INTERNATIONAL

On distingue <sup>27</sup>:

**Risque pays** : représente l'ensemble des évènements d'origine politiques ou économiques susceptibles d'empêcher le bon déroulement d'une opération commerciale ou d'investissement.

**Risque non-paiement** : Mise à part le paiement d'avance, l'exportateur supporte le risque de ne pas être payé par son client. Une analyse de la solvabilité du client s'impose avant d'entamer une relation commerciale.

**Risque économique** : Il peut s'agir du risque économique lié à la hausse anormale des prix ou importance des matières premières ou des éléments du coût de fabrication.

**Risque de change** : Il se définit comme un risque associé à toute transaction sensible aux variations de la valeur d'une monnaie par rapport à une autre. Son évaluation et les couvertures associées sont fonction de la devise de règlement, de la durée de l'exportation et de la nature de l'opération.

---

<sup>26</sup>Mémoire sur Evolution, rôle et importance du transport dans le commerce international M.KOUANDA 2009-2010.

<sup>27</sup>GHISLAINE LEGRAND, HUBERT MARTINI « Gestion des opérations import-export », DUNOD, Paris, 2008, p106.



**Risque juridique :** Ce risque est parfois ignoré ou sous-évalué. Il est malheureusement souvent détecté lors de contentieux ou de conflits liés à des contrats de vente de représentation, de cession de transfert de savoir-faire.

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

### .7 L'assurance à l'international :

Les marchandises sont transportées des deux côtés de la frontière. Les échanges internationaux sont confrontés à de nombreux risques spécifiques (perte, vol, Cassé, mouillé...) Bien sûr, ceux-ci augmentent les risques liés aux diverses opérations Equipements auxiliaires - manutention - chargement - déchargement - stockage intermédiaire.

L'assurance peut être définie comme une « opération par laquelle une partie (l'assureur) s'engage à délivrer, dans le cadre réglementaire d'un contrat, une prestation en cas de réalisation d'un risque à une autre partie (l'assuré), moyennant le paiement d'une prime ou cotisation. L'assureur réalise alors la mutualisation des risques en utilisant la loi des grands nombres et les lois de la statistique »<sup>28</sup>.

Assurance des marchandises, en relation avec le fret maritime, Terre, air et rivières. Ces marchandises transportées peuvent être différentes la nature:

Matières premières (minerai et charbon, hydrocarbures, bois, produits chimiques poudre ou liquide, gaz liquéfié, etc.) ;

Produits agricoles (céréales, viande, fruits, riz, sucre, etc.) ;

Produits finis et matériaux d'équipement;

Fourniture d'unités industrielles.

---

<sup>28</sup><https://www.assurance-et-mutuelle.com/assurance/definition-assurance.html> consulte le 03.04.2022

### 7.1 Les acteurs de l'assurance et types de polices :

Lors d'opérations entre différents états on a cinq principaux acteurs d'assurance <sup>29</sup>:

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

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

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

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

Constater les dommages ;

Déterminer la nature de l'avarie, son importance et sa cause ;

Préconiser les mesures conservatoires ;

Préserver les droits de recours des assureurs contre les tiers responsables ;

Prévenir les sinistres.

---

<sup>29</sup>NAJI JAMMAL « commerce international, mondialisation, enjeux et application » 2eme édition, Canada, 2009, p393.

### **7.1.1 Les types de polices d'assurances du transport principal**

La police d'assurance<sup>30</sup> est un acte remis au souscripteur par la société d'assurances et qui établit les conditions du contrat d'assurance. C'est la preuve matérielle du contrat passé entre l'assureur et l'assuré. La police d'assurance matérialise donc l'accord des deux parties, l'assureur et l'assuré, signataires du contrat. Il est prévu quatre types de polices :

#### **A La police « Tiers chargeur » :**

Elle est très utilisée par les particuliers, les PME/PMI. Il s'agit d'un contrat dans lequel le vendeur ou l'acheteur demande au transporteur de mettre à sa disposition sa propre police d'assurance moyennant le versement d'une prime. L'assurance du transporteur couvre alors la marchandise. En cas de dommage, il reviendra au transporteur de constituer un dossier de réclamation. Ce qui dispense son donneur d'ordre de nombreuses formalités.

#### **B La police « au voyage » :**

Elle est utilisée dans le cas d'un affrètement (location d'un véhicule de transport) et surtout pratique pour des expéditions isolées. La police au voyage permet au chargeur (représentant du vendeur ou de l'acheteur) de souscrire un contrat d'assurance directement auprès d'une compagnie d'assurance pour chaque voyage et pour des risques bien définis.

#### **C La police " à alimenter " :**

Il s'agit d'un contrat d'assurance souscrit par un importateur ou un exportateur directement auprès d'une compagnie d'assurance, pour couvrir plusieurs envois de même nature et dont la valeur globale est connue. Cependant, les dates exactes de départ, les modes de transport et la valeur de chaque expédition ne peuvent être déterminées à l'avance. Ces informations sont communiquées par l'expéditeur à l'assureur en annexe de la police lors de chaque envoi. La police à alimenter convient pour l'exécution de marchés d'importation/exportation importants; elle est parfois appelée police « à éteindre ».

#### **D La police " d'abonnement " :**

Encore appelée police « flottante », c'est une solution très souvent retenue par les grandes entreprises qui souhaitent faire couvrir par un seul assureur la totalité de leurs importations et exportations. La police d'abonnement est directement souscrite auprès d'une compagnie d'assurance pour une période donnée (généralement annuelle). Elle couvre

---

<sup>30</sup><http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Transit-douane/Assurance-transport-marchandises.htm>  
consulte le 15.04.2022

systématiquement tous les envois faits par le même client (chargeur, acheteur, vendeur) quels que soient les produits, les modes de transport et les lieux de départ.

### **7.1.2 Les différents types de garanties :**

Le choix peut se porter pour une garantie « FAP Sauf... », Une garantie « Tout risques » et enfin une garantie « Risques de guerre et assimilés »<sup>31</sup>.

#### **A La garantie « FAP SAUF... » :**

Les termes « FAP Sauf... » Est utilisé en transport maritime. Pour les transports aériens et terrestres, on parle plus de garantie « Accident caractérisé » qui couvre les risques majeurs limitativement énumérés dans le contrat d'assurance.

#### **B La garantie « TOUS RISQUES » :**

Aussi la plus utilisée, cette garantie a la particularité de couvrir tous les risques de magasin à magasin incluant le pré acheminement et le post acheminement terrestre. Elle s'applique indifféremment aux transports aériens, maritimes et terrestres. Outre l'avarie commune, la garantie FAP Sauf couvre aussi les dommages et pertes matérielles subis par les marchandises (Vol, écrasement, casses...). Mais attention ! Cette formule ne garantie pas tous les risques dans tous les cas.

#### **C La garantie « Risques de guerre et assimilés » :**

Les risques de guerre et assimilés sont toujours couverts séparément des autres. Dans le cas d'espèce, la police d'assurance fait l'objet d'une tarification particulière moyennant des primes plus élevées et proportionnelles aux risques. Sont couverts par cette garantie : les actes de sabotage, de piraterie, les torpillages ... Elle s'applique indifféremment aux transports aériens, maritimes et terrestres.

## **.8 Les instruments et technique du paiement à l'international**

Afin d'effectuer des paiements, certains instruments de paiement sont utilisés.

### **8.1 Les instruments de paiement :**

#### **8.1.1 Chèque :**

Le chèque est « un écrit qui permet au tireur (celui qui émet le chèque, titulaire ou mandataire du compte) de donner l'ordre au tiré (établissement qui tient le compte) de payer une certaine somme à un tiers ou bénéficiaire dans la limite des avoirs déposés chez le tiré »<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup>Idem.

(Un chèque est une instruction écrite de paiement à vue inconditionnelle faveur des bénéficiaires. Ce mode de paiement peut être utilisé aussi bien pour l'importation que pour Exportations, libellées en monnaie nationale ou étrangère. )

### **8.1.2 Le virement SWIFT**

C'est l'instrument de règlement le plus utilisé. Le débiteur (l'acheteur importateur)

Donne l'ordre à son banquier de payer son créancier (l'exportateur) par virement.

Il s'agit d'un moyen peu coûteux, très rapide grâce au télex ou au système SWIFT

(Society for World wide Interbank Financial Télécommunications), sûr et rendant

L'impayé impossible si le virement est effectué avant toute expédition.

### **8.1.3 La lettre de change ou traite**

Lettre de change où traite le vendeur (qu'on appelle tireur) demande au client (qu'on appelle le tiré), de payer une certaine somme déterminée à l'échéance au bénéficiaire (qui peut être le vendeur lui-même ou un bénéficiaire.

### **8.1.4 Le billet à ordre**

Billet à ordre C'est une personne appelée abonné (débiteur, c'est-à-dire Le client) reconnaît sa dette et s'engage à payer une certaine somme à un moment précis à une autre personne appelée bénéficiaire (le créancier, c'est-à-dire le fournisseur).

## **8.2 Les techniques du paiement à l'international**

Les technologies de paiement les plus couramment utilisées dans les transactions sont : Crédits documentaires et Crédits documentaires et leurs différentes variantes. L'utilisation de Cette dernière dépend de la nature de l'échange et de la confiance accordée par les deux parties partenaires, acheteurs et vendeurs.

### **8.2.1 L'encaissement simple :**

L'avantage est bon marché et simple utilisé, mais il ne fournit aucune garantie de paiement. Donc à utiliser Communiquez discrètement avec des partenaires sûrs et avec des pays sans risque.

### **8.2.2 Le crédit documentaire :**

Le crédit documentaire est « une promesse donnée par le banquier de l'acheteur à un fournisseur, selon laquelle le montant de sa créance lui sera réglé, pourvu qu'il apporte – à l'aide des documents énumérés- la preuve de l'expédition des marchandises ou la preuve que les prestations ou services ont été accomplis.

Il s'agit donc d'un engagement écrit conditionnel de paiement donné par une banque (la banque émettrice), en faveur du vendeur (le bénéficiaire), et délivré à ce dernier à la demande et conformément aux instructions de l'acheteur (le donneur d'ordre). L'engagement est lié à la présentation par le vendeur d'un ensemble précis de documents conformes aux instructions de l'acheteur et ceci dans un délai déterminé <sup>33</sup>».

C'est une technique de paiement assez lourde à gérer mais qui offre une grande sécurité.

### **8.2.3 La remise documentaire :**

La remise documentaire est une procédure de recouvrement dans laquelle une banque a reçu un mandat d'un exportateur (le vendeur) 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 banque doit remettre les documents commerciaux et de transport à l'acheteur, contre paiement ou contre acceptation d'effets de commerce<sup>34</sup>.

### **8.2.4 L'encaissement simple :**

L'encaissement simple ou transfert libre est lorsque l'acheteur commande son Une banque transfère de l'argent d'un règlement de transaction commerciale à Ses créanciers sont des banques étrangères. Cette solution suppose la confiance Déterminé entre les deux parties. Documents d'expédition liés à la transaction Le sort est évalué par l'ordre de l'importateur, par lequel il sera Fournisseur ponctuel. Après la conclusion d'un contrat commercial entre l'acheteur et le vendeur, le Payez avec un encaissement facile. L'acheteur reçoit du vendeur Les marchandises sont accompagnées de documents d'expédition, tels que son nom, pour lui permettre de Prenez le titre du transporteur. A réception de la marchandise, l'acheteur ordonne le paiement de la marchandise à transférer à son La banque représente le vendeur.

---

<sup>33</sup>Ghislaine Legrand, Hubert Martini "commerce international" édition 2 édition Dunod, paris p 148.

<sup>34</sup>GAVALDA et SOUFFLET, Instruments de paiement et de crédit, Lithec, 5e édition, 2003, p100

### **8.2.5 Le contre remboursement :**

Cette technologie de paiement nécessite l'intervention d'intermédiaires financiers individuels en tant que porteurs. Représenté par lui au moment de la livraison au client Documents de transaction : connaissance et facture à encaisser. il ne livre pas Les marchandises sont uniquement payantes. Par conséquent, il est de la responsabilité du transporteur de s'assurer que Pour percevoir de l'argent pour le compte de son client, il doit lui renvoyer les fonds Des frais s'appliquent. Technologies largement utilisées dans les environnements de commerce électronique (surtout pour les particuliers).

#### **Conclusion :**

Au cours de l'élaboration du chapitre 1, nous avons découvert que La supply chain est devenue une problématique majeure pour les entreprises car elle est à la fois Un générateur économique et un différenciateur de la concurrence La réactivité et le service client sont au cœur de la différenciation concurrence. C'est un processus qui permet d'optimiser et d'utiliser le réseau de distribution Biens matériels, informations et services pour une gratification complète et rapide ordre. Il est considéré comme un excellent moyen de livrer le produit correctement Le lieu et le bon moment. La logistique est développée et suivie à travers les systèmes d'information Le développement des technologies de l'information et de la communication. Une chaîne d'approvisionnement est une série de processus internes, de la passation d'une commande à la livraison finale à un client.

# **Chapitre II: Aperçu général sur l'activité d'exploitation**



**Introduction**

Les exportations sont une priorité indispensable à l'économie d'un pays ou autrement à la performance d'une entreprise voire les avantages qu'elle perçoit durant cette activité, elle permet aux entreprises de montrer leurs compétitivités sur le plan national et international, ce qui rend le commerce international plus dynamique grâce à ces échanges de biens et services et capitaux entre pays et nation.

L'Algérie dispose de ressources naturelles abondantes, de capacités de productions et de transformations avancées, plus d'une population instruite et d'un bon accès aux marchés européens et arabes grâce à sa position géographique.

Nous présenterons dans la première section les étapes de l'activité export, puis dans la deuxième la procédure export. Ensuite nous aborderons dans la troisième section l'ensemble de dispositifs et mécanismes d'aides, de facilitation visant à promouvoir les exportations en Algérie,

**section 01 LES ETAPES DE L'ACTIVITE D'EXPORTATION**

Dans cette section on va parler de l'activité export et son importance, ses formes en générale et les étapes à suivre

**.1 Définition de l'activité d'exportation**

« Les activités de l'exportation correspondent à la vente de produits et de services à l'étranger. Elle constitue souvent une première étape dans l'exportation internationale de l'entreprise. En fonction de la nature du contrôle que l'entreprise souhaite exercer sur la commercialisation de ses produits et services ». <sup>35</sup>

**.2 Les formes d'exportation :**

Les formes d'exportation sont :

**2.1 Exportation directe :**

Avec les exportations directes, les entreprises peuvent gérer leurs activités de manière autonome Commercial ; il assure la maîtrise de la commercialisation et prend des risques.

---

35MAYRHOFER. U : « management stratégique », édition Bréal, 2007, p106.

L'exportation directe est la première pour l'entreprise à obtenir l'expérience des marchés étrangers, contact avec les clients, familiarité avec les pratiques et réglementations commerciales internationales. Pas de support des coûts des intermédiaires, les exportateurs réalisent généralement des bénéfices plus élevés, ce qui offre ainsi la possibilité de convenir d'une baisse de prix pour gagner des parts de marché. Les exportations directes nécessitent généralement la mobilisation de ressources internes importantes en logistique, administration, finance ou commerciale et inventaire dans le pays cible.

### **2.2 Exportation indirecte :**

C'est un mode dans lequel les entreprises sous-traitent les ventes à l'exportation. Ainsi, elles utilisent des ressources, des compétences, la connaissance et l'expérience du marché. L'intermédiaire est entre l'exportateur et l'exportateur revendeur local. Généralement, il achète des produits aux exportateurs et les revend sur le marché. Il définit les conditions. Le risque de l'exportateur est donc limité ; en contrepartie il perd le contrôle de la politique commerciale et des conditions de la politique commerciale. Commercialisation du produit sur le marché.

### **2.3 Sortie associée ou sortie collaborative :**

Les exportations collaboratives incluent les entreprises qui exportent en coopération avec d'autres entreprises. L'association avec des entreprises d'autres pays (rarement des entreprises étrangères) permet de constituer un groupe d'exportateurs qui mettent en commun leurs ressources pour mettre en œuvre leurs politiques d'exportation. La forme la plus connue de co-exportation est la consolidation des exportations et l'expédition.

Groupement exportateur :

Un groupement exportateur est constitué de plusieurs sociétés plutôt que de concurrents qui fédèrent tout ou partie de leurs activités d'exportation. Il existe différentes formes de groupements qui s'attribuent des fonctions relativement différentes : recherche et collecte de conseil et d'assistance à l'exportation ; lobbying à l'exportation.

Portage (Peggy Back) :

C'est une technique utilisée par les PME pour bénéficier (en échange d'une commission) du réseau de distribution de FMN.

### **.3 Les étapes de l'opération d'exportation**

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

Dans cette section, nous allons présenter les principales étapes du processus d'exportation qui peuvent aider l'entreprise à atteindre son objectif d'internationalisation.

Il s'agit : du diagnostic export, de l'identification du marché cible, du réalisées et enfin de la prospection de ces derniers.

#### **3.1 La démarche export et ses phases**

Pour se lancer dans l'exportation, il faut agir en réduisant les risques, car c'est un investissement important en volume, donc la démarche doit être planifiée. Pour réussir l'exportation, plusieurs conditions devront être réunies<sup>36</sup>.et ses différentes phases sont :

##### **3.1.1 Le diagnostic export**

Est un outil qui permet à une entreprise d'évaluer ses forces et ses faiblesses et opportunités et les menaces qu'elle peut rencontrer sur le marché. Pour réaliser un diagnostic export ; l'entreprise réalise dans un premier temps le diagnostic interne pour déterminer sa capacité d'exporter, suivi d'un diagnostic externe, pour déterminer le potentiel du pays ou du marché où elle souhaite implanter<sup>37</sup>.

##### **- Objectifs du Diagnostic Export**

Le Diagnostic Export a plusieurs objectifs, parmi lesquels nous citons :

Déterminer la capacité de l'entreprise à faire face aux difficultés inhérentes à l'internationalisation et à la gestion des exportations ;

Evaluer les chances de réussite du couple produit/marché ;

Cela permettra à l'entreprise de bien Prendre ces décisions ;

Cela aidera à développer une stratégie pertinente et bien définie ;

---

<sup>36</sup>AMELON J-L, CARDEBA. J-M, « les nouveaux défis de l'internationalisation », De Boeck 1ereédition, 2010, p200.

<sup>37</sup>DENISA MIHAELA STANSCU, SABINE INARD PATUREL, « BTS Commerce International », paris 2013, p.78.

Se positionner de manière durable sur les marchés étrangers.

### **A Diagnostic interne**

Afin d'évaluer sa capacité à exporter, une entreprise doit évaluer ses forces et ses faiblesses, qui doivent être corrigées pour réussir à exporter. L'avantage réside dans sa propre facturation interne positive : qualité des produits, réputation, expérience internationale, capacités financières, respect des normes, etc. Les faiblesses sont des facteurs internes négatifs qui, si elles ne sont pas réparées, empêchent l'entreprise d'atteindre ses objectifs : équipement vieillissant, capacité insuffisante, personnel en deçà des normes, etc.

### **B Diagnostic externe**

Analyser la position de l'entreprise par rapport aux opportunités et menaces du marché externe. Les opportunités sont des facteurs externes positifs : des conditions économiques favorables et la présence d'une demande latente. Les menaces sont des facteurs négatifs qui peuvent affecter le développement d'une entreprise sur le marché : impôts massifs, instabilité politique, instabilité monétaire, concurrence accrue.

## **3.2 L'étude de marché à l'international**

L'étude de marché est une phase clef de la création de votre entreprise. Elle vous permet de cerner le marché sur lequel vous allez vous lancer et de convaincre vos éventuels financeurs. Cet article vous fournira une méthode ainsi qu'une vue d'ensemble pour réaliser cette démarche<sup>38</sup>.

Plusieurs types d'études sont recensés et on peut distinguer trois grandes catégories qui se différencient par les objectifs <sup>39</sup>:

### **3.2.1 Etudes générale d'exportation**

La recherche exploratoire doit pouvoir recueillir les informations nécessaires Choisir un marché. En fait, être proche d'un marché dans plusieurs pays n'est pas une approche rationnelle, c'est une question de recherche exploratoire pour déterminer l'intérêt d'un pays ou un groupe de pays. En effet, les entreprises doivent d'abord Sélectionner les pays et les régions les plus prometteurs liés à leurs offres de produits. Servez. Dans ce cas, l'entreprise recherche des informations sur l'environnement macro de l'entreprise Différents pays, mais doivent également connaître le microenvironnement Déterminer le potentiel du marché,

---

<sup>38</sup><https://leader-s.fr/etude-de-marche-comment-la-realiser-de-facon-efficace/> consulte le 22.04.2022

<sup>39</sup>PASCO BEHRO « Marketing International », DUNOD, 2000, p 63-70.

l'accessibilité et la stabilité du marché Critères de base pour guider les entreprises dans la sélection de marchés spécifiques étranger.

### **3.2.2 Les études sur la structure et le fonctionnement d'un marché :**

Dans la deuxième phase, les deux sociétés mènent des recherches sur le marché mondial ou des marchés présélectionnés. Cela leur permet de développer des connaissances globales Analyser le marché approché en analysant sa structure (ex : modèle de demande, structure concurrentielle...), son fonctionnement, ses contraintes (ex : environnement juridique), ses principaux acteurs, sa taille (demande potentielle),... Ce faisant, les entreprises peuvent confirmer l'attractivité du marché à court et moyen terme et déterminer s'il doit et peut démarrer. Autrement dit, la recherche La structure et la fonction du marché déterminent le choix final du marché cible.

### **3.2.3 Les études de marché ponctuelles :**

Après avoir choisi un marché cible, les entreprises peuvent y mener des recherches. Spécifiquement destiné à jeter les bases et à définir la segmentation du marché Ce sont les différents éléments du plan marketing qui en font Adéquation, d'une part aux caractéristiques du marché, d'autre part aux ressources ainsi que les restrictions internes de l'entreprise. Le produit, le prix, la distribution et les éléments de communication sont les sujets de cette étape.

## **3.3 La prospection des marchés étrangers**

### **3.3.1 La définition de la prospection**

La prospection, ou la recherche de prospects, est essentielle pour générer des ventes. Elle est particulièrement importante lorsque l'exportateur veut aborder de nouveaux marchés, ou ses produits sont encore peu connus et ou son réseau de distribution demeure à établir et à intéresser pour vendre ses produits<sup>40</sup>.

La prospection est un enjeu vital pour la majorité des entreprises. Il s'agit de conquérir de nouveaux clients, une tâche souvent perçue, dans les entreprises bien établies, comme difficile, peu rentable ou peu gratifiant<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup>Karl Miville-de chène, « LE COMMERCE INTERNATIONAL », 2006, p60.

<sup>41</sup>FREDERIC VENDEUVRE.PHILIPPE BEAUPR7 « gagner de nouveaux clients », DUNOD, paris, 2000, p7

**3.3.2 Les formes de la prospection :**

Elle peut prendre deux formes :

**A La prospection des fournisseurs :**

Consiste à rechercher de nouvelles entreprises susceptibles d'apporter une plus-value à la société en matière d'achats de matières premières et de produits ou de fourniture de services. Cette recherche est faite pour connaître les caractéristiques particulières et les possibilités de fournisseurs d'un bien ou d'un service<sup>42</sup>.

**B La prospection de la clientèle :**

Elle englobe les différentes techniques du marketing et de vente, utilisées pour trouver de nouveaux clients potentiels, cette étape doit être complétée par la fidélisation du client<sup>43</sup>.

Le processus d'exportation commence par une évaluation objective des forces et des faiblesses de l'entreprise. Les résultats de l'évaluation doivent pouvoir déterminer les limites de l'action envisagée et éventuellement conduire à un certain nombre d'actions correctives.

Toutefois, cette approche doit tenir compte d'autres facteurs extérieurs à l'entreprise, par exemple les services douaniers.

**section 02 LA PROCEDURE D'EXPORTATION**

Cette section est consacrée aux différentes démarches effectuées lors de l'opération d'exportation, à savoir : contrat de vente internationale, domiciliation bancaire, obligations liées à l'exportation, documents d'accompagnement à l'exportation, dédouanement à l'exportation.

**.1 Le contrat de vente à l'international :**

Le contrat de vente est au cœur du commerce international des marchandises. Cet engagement mutuel du vendeur et de l'acheteur présente des aspects spécifiques à l'international, en particulier du fait de la rencontre de deux systèmes juridiques différents. Il importe donc que vous le rédigiez avec beaucoup d'attention et s'intéresser au cadre juridique de la vente internationale<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup><https://www.etudier.com/dissertations/Marketing/59301.html> consulte le 22.04.2022

<sup>43</sup>PASCO-BERHO.C : « Marketing international », 4ème édition DUNOD, Paris 2002, P142

<sup>44</sup>[www.globalnegotiator.com](http://www.globalnegotiator.com) , consulté le 23/04/2022.

Voici les principales clauses du contrat

Tableau 6 Clauses du contrat à l'international

(Contenu)	(clauses)
Les contractants	Identifiez les contractants (acheteur/vendeur) : Nom des sociétés, raisons sociales, adresses détaillées et le nom des représentants respectifs.
Nature du contrat	- Définissez l'objet du contrat (produit ou service)  - Décrivez les aspects techniques : quantité, volume, le poids et le mode d'emballage
Prix et mode de paiement	- Déterminez le prix dans la devise choisie  - Faites-y figurer l'incoterm choisi  - Intégrez le prix de la marchandise (prix unitaire et total)  - Prévoyez un mode de règlement qui assure une sécurité maximale au vendeur  - Les versements d'acompte garantissant la commande
Les modalités du transport	- Déterminez un mode de transport en cohérence avec la nature de la marchandise, la destination et la sécurité.  - Précisez les obligations respectives des parties contractantes en fonction de l'incoterm
La force majeure	Indiquez le cas de force majeure pour les événements imprévisibles.
Les garanties	Définissez les engagements des deux parties en matière de garantie. Ex : la caution de restitution d'acompte pour le vendeur.
Les droits applicables au contrat	Définissez les engagements des deux parties en matière de garantie. Ex : la caution de restitution d'acompte pour le vendeur.
La juridiction (en cas de litige)	- Déterminez la juridiction compétente en cas de litige ou le système de règlement des différends (arbitrage, médiation, etc.)  - Il importe de remarquer que la loi applicable à la procédure de règlement des différends n'est pas nécessairement celle qui régit le fond du litige (i.e. le droit applicable au contrat)
Modalités de livraison	- Déterminez la date, le lieu de chargement et de livraison  - Définissez les délais de l'entrée en vigueur du contrat : prévoyez les pénalités de retard à l'avance.
La langue	Déterminer la langue du contrat. Celle-ci devra être maîtrisée par les deux parties.

**Source :** <https://www.objectif-import-export.fr/fr/export/fiches-export/contrat-de-vente-international> consulté 13/05/2022

### **1.1 La formation de contrat de vente à l'international**

Une analyse du processus de formation du contrat de vente précédera l'étude les obligations respectives de l'acheteur et du vendeur.

Quatre conditions nécessaires à la formation d'un contrat de vente :

D'un commun accord. Il doit être exempt de défauts (erreurs, tromperie, La violence);

Capacité à contracter (les parties au contrat doivent avoir la capacité de contracter) ;

L'objet ou le service promis doit exister et être disponible dans le commerce (non commerce d'organes humains, choses contraires à l'ordre public), appartenant à le vendeur, qui doit déterminer le prix ;

Les raisons ou motifs incitant les parties à acheter doivent exister et être légitimes.

### **1.2 Obligations de l'Acheteur et du Vendeur**

a- Obligations du vendeur : La résiliation d'un contrat de vente est qu'il implique certains Obligations envers les vendeurs qui sont tenus d'exécuter ces obligations. Le vendeur doit livrer la marchandise Le plus important est de garantir l'article en fonction de la quantité, de la qualité, du contrat, de l'emplacement et de la durée fournis Il l'a vendu.

b- Obligations de l'acheteur : Le contrat de vente garantit à l'acheteur l'exécution de tout accord avec le vendeur. Par conséquent, il doit payer le prix indiqué et recevoir les marchandises produit de base.

#### **1.2.1 Les déférentes étapes de la formation du contrat**

##### **A Offre commerciale**

Développer des offres attrayantes et précises est une partie essentielle du processus de vente. C'est Le premier engagement de l'exportateur à fournir des produits ou des services dans le cadre de conditions définies.

L'offre présente plusieurs caractéristiques dont la rédaction doit respecter un certain nombre de Précautions car c'est la base du contrat de vente. Clauses abusives ou excessives Évitez.



**B Conditions Générales de Vente Export (CGVE)**

Ils constituent une sorte de projet de contrat de vente. Elles doivent être portées à la connaissance de l'acheteur préalablement à la passation de la commande et sont réputées acceptées par ce dernier lors de la passation de la commande.

Les conditions générales du contrat doivent être rédigées dans la langue du pays de l'acheteur ou en anglais. Les conditions générales de vente fixées par les exportateurs doivent aller à l'essentiel, en se concentrant sur les éléments les plus importants liés à la résolution des litiges, tels que le prix, le délai de livraison, les conditions de paiement et les conditions de règlement. Afin de faciliter la rédaction des CGVE par les entreprises, les organisations professionnelles et internationales ont conçu des conditions de vent types aussi détaillées que possible dans le but de réduire les risques de contentieux.

**C L'acceptation**

L'acceptation de l'Offre et des CGVE constitue l'Accord Client et permet la conclusion d'un contrat de vente. Le contrat ne peut être réalisé que s'il est accepté après l'offre. Dans la plupart des systèmes juridiques, une offre est révocable jusqu'à ce qu'elle soit acceptée par l'importateur. Il est fortement recommandé que l'acceptation soit communiquée par écrit afin que le vendeur puisse obtenir certaines assurances et constituer une preuve en cas de litige. Par conséquent, l'acceptation prendra la forme d'un bon de commande ou d'un contrat.

**1.2.2 La domiciliation bancaire :**

La domiciliation bancaire est une formalité administrative, qui consiste à identifier par immatriculation, une transaction commerciale pour son suivi au regard des dispositions prévues par la réglementation du commerce extérieur et de change<sup>45</sup>.

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

- Pour les exportateurs, avant d'exporter, sélectionner une banque intermédiaire agréée qui se charge des opérations bancaires et formalités requises par la réglementation en vigueur.
- Une banque intermédiaire agréée enregistre le contrat d'exportation de biens ou de services au guichet et s'engage à effectuer les opérations et démarches prescrites par la réglementation en vigueur pour le compte de l'exportateur.

---

<sup>45</sup>Le guide de l'exportateur Algérien de la Banque National d'Algérie.

**1.3 Les documents d'accompagnement à l'export :**

Les documents qui permettent de suivre la trace de l'acheminement de la marchandise.

**1.3.1 Les documents de prix :**

Les documents de prix comprennent les informations sur le vendeur et l'acheteur (raison sociale, adresse, etc.), les marchandises (type, quantité, poids, etc.), le prix (unité, total, etc.) et les conditions de vente (Incoterms). Trouvé dans le document de prix:

**A La facture pro forma :**

La facture proforma « est une facture provisoire. Elle est émise à la demande du client, pour que ce dernier puisse se faire une idée du coût réel de son futur achat.

La facture proforma n'a aucune valeur juridique ou comptable, mais se révélera indispensable si votre client a besoin de contracter un crédit pour son achat »<sup>46</sup>.

**B La facture commerciale :**

Une facture commerciale est un document d'exportation spécifique qui aide votre colis à passer la douane. Une facture commerciale d'import/export correcte et bien remplie permet aux autorités douanières, de décider rapidement quelles taxes et droits d'importation s'appliquent à votre colis. Voilà qui évite des retards.<sup>47</sup>

**C 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 pays<sup>48</sup>.

**D La facture douanière :**

Elle est exigée par certains pays comme ceux du Commonwealth et est établie sur un formulaire spécial qui comporte des mentions obligatoires suivant la législation du pays concerné<sup>49</sup>.

---

<sup>46</sup><https://intia.fr/fr/infast/factor> consulte le 28.04.2022

<sup>47</sup><https://www.sendcloud.fr/facture-commerciale-int/> consulte le 28.04.2022

<sup>48</sup>BERNET. R : « Principe de technique bancaire », 25eme éditions DUNOD, Paris, 2008, p355.

<sup>49</sup>[https://www.cotedor.cci.fr/sites/default/files/documents/developpement\\_de\\_votre\\_entreprise/gerer\\_vos\\_formalites](https://www.cotedor.cci.fr/sites/default/files/documents/developpement_de_votre_entreprise/gerer_vos_formalites) consulte le 29.04.2022

**E La note de frais :**

La note de frais est un document (papier ou numérique) qui permet à un salarié d'obtenir le remboursement par son entreprise des dépenses professionnelles engagées dans l'intérêt de son employeur<sup>50</sup>.

**1.3.2 Les documents de transport**

Les marchandises expédiées d'un pays à un autre peuvent être transportées par voie maritime, aérienne ou terrestre, que ce soit par route ou par rail. Le document de transport est établi par l'entreprise de transport et se compose de Les éléments essentiels pour assurer la gestion de la livraison du fret Pendant le trajet, bien sûr ces différents documents dépendent du moyen de transport utilisé.

**A Le connaissance maritime (bill of lading)**

« Le contrat de transport se concrétise au travers du connaissance qui est aussi, en transport maritime, un titre représentatif de la marchandise. Par ce document, le capitaine reconnaît qu'il a reçu des marchandises à bord et qu'il s'engage à les remettre en bon état au lieu de destination. Ce document est obligatoire, il constitue pour le chargeur un reçu de la marchandise. Le capitaine ou l'agent maritime remettent le connaissance en échange du reçu du bord, c'est-à-dire du bon d'embarquement. L'original reste la propriété du capitaine, des exemplaires sont données ont récépissé au chargeur<sup>51</sup> ».

**B La lettre de transport aérien (LTA) :**

La lettre de transport aérien est émise par la compagnie aérienne selon les instructions de l'expéditeur et en est responsable. Il doit mentionner expressément dans la lettre liée au poids et à la taille de la cargaison.

**C Le duplicata de lettre de voiture internationale DLVI :**

Le DLVI est un reçu d'expédition d'une marchandise adressé à l'étranger par voie ferroviaire, elle atteste la prise en charge de la marchandise l'acceptation de la livrée au

---

<sup>50</sup><https://www.concur.fr> consulte le 29.04.2022

<sup>51</sup>MARIE-MADELEINE DAMIEN : « transport et logistique », DUNOD, paris, 2001, p115.

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'expéditeur<sup>52</sup>.

**D La lettre de transport routier (LTR) :**

La LTR est émise par le chargeur qui est le transporteur, il s'engage à prendre en charge et à livrer la marchandise au point de destination désigné. Elle possède les mêmes caractéristiques que la DLT et LTA<sup>53</sup>.

**1.3.3 Les documents d'assurances**

Les marchandises faisant objet du commerce international sont souvent soumises à des risques très importants, donc pour faire face à ces risques, les importateurs souscrivent une assurance pour les marchandises qu'ils importent, auprès d'une compagnie d'assurance. On trouve deux types d'assurance<sup>54</sup>:

**A La police flottante ou police d'abonnement**

Une police flottante est un contrat global qui couvre les envois examinés depuis l'étranger pour le compte d'un importateur assuré.

Pour chaque envoi, la compagnie d'assurance doit délivrer un justificatif au client, qui est le document d'assurance.

C'est dans un type d'abonnement de 6 mois et 1 an.

**B La police au voyage**

Le contrat de voyage est également un type d'assurance que les marchandises en provenance de l'étranger viennent avant certains risques.

Généralement, il s'agit de petits importateurs.

---

52NAJI JAMMAL : « le commerce international : théorie, techniques et applications », édition RENOUVEAU PEDAGOGIQUE INC, 2005, p262.

53LEGRAND.G, MARTINI.H : « commerce international », DUNOD, paris, 2008, P113.

54PAVEAU.J, DUPHIL.F et les autres « exporter : pratique de commerce international », 2008, p201.

**1.3.4 Les documents annexes**

Les documents annexes sont des documents demandés par l'importateur à l'exportateur pour s'assurer des caractéristiques de la marchandise. Sa le rassure sur la qualité, conformité et la quantité<sup>55</sup>.

**A Certificat de poids :**

C'est un document qui prouve le poids exact des marchandises chargées. il a été livré par les agences officielles.

**B Certificat d'origine :**

Est un document délivré et signé par la Chambre de Commerce, estampillé du cachet des douanes ou Encore une fois par des organismes officiels. Il certifie l'origine des marchandises.

**C Certificat de qualité.**

Documents rédigés par un organisme officiel et certifiés de bonne qualité produit de base.

**D Certificat d'inspection**

Un document officiel établi par l'organisme en charge des marchandises en question, et Prouver l'état ou l'emballage de la marchandise.

**E Note de poids et liste de colisage (packing List)**

Ces documents ont pour but de fournir des instructions liées au poids, Inclure le contenu de chaque colis en plus de ce qui est indiqué sur la facture.

**F Certificat sanitaire, vétérinaire et phytosanitaire**

C'est un document délivré par un organisme officiel qui certifie que le produit est de bonne qualité Certains produits comestibles, animaux et végétaux. Certificat vétérinaire Certificats phytosanitaires pour animaux et végétaux vivants, semences, engrais, etc.

**G Certificat d'agréeage**

Documents établis à la commande de l'acheteur attestant de l'état qualitatif et quantitatif de la marchandise Marchandises des institutions officielles.

---

<sup>55</sup>GARSUAUVAULT.P, PRIAMI.S, « La banque : Fonctionnement et stratégies », édition ECONOMICA, Paris, 2002, p137.

**H Certificat de circulation**

Document établi par les exportateurs pour les produits appartenant au marché commun. Il est utilisé pour réduire les tarifs.

**I Certificat d'analyse**

Il est délivré par un laboratoire agréé ou un spécialiste. Il donne la composition du produit Analyses (minerais, produits chimiques, pharmaceutiques, etc.).

**.2 La procédure de dédouanement :**

Une procédure de dédouanement est un ensemble de formalités accomplies pour permettre et sécuriser les différentes mesures réglementaires, douanières ou autres applicables à l'importation ou à l'exportation de marchandises<sup>56</sup>.

**2.1 Déclaration des marchandises :**

Avant la déclaration en douane, toutes les marchandises doivent passer par des actes, sollicitations et opérations de dédouanement qui constituent l'obligation du transporteur envers les services douaniers.

**2.1.1 La Conduite et dédouanement**

La conduite est l'opération de transport des marchandises d'importation et d'exportation vers la douane la plus proche de la frontière douanière, et le transporteur doit emprunter un itinéraire légal à cet effet.

Les opérations suivantes sont le dédouanement, permettant aux services douaniers identifier, être responsable et garder sous sa surveillance les marchandises jusqu'à Dédouanement ou dédouanement.

**2.1.2 Préparation de la déclaration détaillée****A Déclaration en détail :**

Selon la base légale de l'article N°75 du code des douanes algérien, qui définit La nature de cette opération « toutes les marchandises importées et exportées doivent respecter un état détaillé". Il s'agit d'un acte juridique et prend la forme prescrite par la loi Dispositions du code des douanes pour lesquelles le déclarant précise le régime douanier à désigner marchandises

---

<sup>56</sup>Gerrard tessaud , « la douane, partenaire du commerce international »,p 103,paris, 2010.

et fournir toutes les informations nécessaires pour agir Mis en application par l'Administration générale des douanes.

Les déclarations détaillées doivent être faites manuellement et le formulaire est conforme aux Le modèle officiel (clause 90 du CD) ou utiliser le procédé informatique SIGAD.

- La déclaration en détail doit obligatoirement contenir toutes les énonciations qui sont :
- Le nom, prénom et adresse du déclarant ;
- La désignation des colis ;
- La nature de marchandises ;
- La position tarifaire ;
- Le numéro de condition statistique des marchandises ;
- Le numéro du pays de prévenance, et d'origine ;
- Le régime douanier ;
- L'identification des marchandises par leurs espèces, valeurs et origines ;
- Le taux et taxes applicables ;
- Le lieu et date de la déclaration ;

## **B Le déclarant en douane**

Les marchandises d'importation et d'exportation doivent être déclarées en détail par le propriétaire ou une personne physique ou morale agréée comme commissionnaire en douane<sup>57</sup>.

**Le propriétaire :** C'est une personne morale ou physique qui a un comportement réel pour prouver sa propriété légale des biens.

**Le commissionnaire :** Il s'agit de : « toute personne physique ou morale habilitée à accomplir les formalités douanières de déclaration de marchandises détaillées pour le compte de tiers ». Ses interventions concernent toutes les marchandises destinées à être placées sous un régime douanier économique suspensif de tous droits et taxes.

---

<sup>57</sup>Emmanuel D. Kam Yogo, « LE DROIT DOUANIER DE LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE ET MONÉTAIRE DE L'AFRIQUE CENTRALE À L'ÉPREUVE DES RÈGLES DE L'ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE »,p107, quebec,2009

*Transporteur* : Lorsqu'il n'y a pas de commissionnaire en douane à la douane frontière, le transporteur peut effectuer les démarches de dédouanement des marchandises qu'il transporte sans le propriétaire des marchandises.

### **C Le dépôt de la déclaration en détail :**

La déclaration doit être déposée à la douane Juridiction territoriale dans les 21 jours à compter de la date d'enregistrement du document de décharge autorisé.

### **2.2 Le contrôle et la vérification de la déclaration :**

En douane L'enregistrement des déclarations en douane vaut acceptation par les Douanes et Cela se fait automatiquement par les systèmes informatiques, cependant, cette acceptabilité ne concerne que les aspects formels de ces derniers. Enregistrement des candidatures via le système de gestion informatisé (SIGAD) Pour que le déclarant soit opposable aux douanes, il doit donc Doit tenir ses promesses et payer les droits et taxes calculés selon la réglementation Les termes et conditions en vigueur à cette date.

#### **2.2.1 La liquidation et l'acquittement des droits et taxes**

Les événements qui donnent lieu à la dette du Trésor sont Déclaration en détail, et donc la date à laquelle le taux de droit dû sur les marchandises est appliqué. Toutefois, les dispositions du CDA permettent au déclarant de bénéficier d'éventuelles dispositions antérieures plus favorables (clause transitoire) s'il existe un motif légitime pour que les marchandises soient expédiées directement en Algérie. Dans le cas de droits et taux réduits, les commissionnaires en douane peuvent bénéficier des nouveaux droits et taux sans que le commissionnaire en douane n'autorise l'enlèvement des marchandises. la rapidité.

## **section 03 DISPOSITIFS D'AIDES ET FACILITATIONS DES**

### **EXPORTATIONS**

La diversification des exportations semble être une solution incontournable pour l'économie algérienne. Les pouvoirs publics accordent une attention singulière au développement des exportations hors-hydrocarbures afin de diversifier les ressources de revenus du pays, Parmi ces mesures et dispositifs d'encouragement nous citons : les organismes d'appui aux exportations, les avantages et facilitations accordés aux exportations.



## .1 LES ORGANISMES D'APPUI AUX EXPORTATIONS :

Il existe de nombreuses solutions d'aides à l'exportation destinées aux entreprises qui souhaitent développer leurs activités à l'international. Nous citons les organismes suivants :

### 1.1 L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

ALGEX c'est un établissement public sous la tutelle du ministère du commerce. Instituée pour remplacer l'Office de Promotion des Exportations (PROMEX) qui est créé par le décret exécutif n°96-234 du 1er octobre 1996, et dont les missions se limitaient à l'information commerciale et au conseil ainsi que le soutien à apporter aux entreprises à tous les stades de leurs démarches internationales<sup>58</sup>

#### **L'agence de promotion du commerce extérieur ALGEX a pour mission<sup>59</sup>**

Pour une mission principale qui s'agit de Promouvoir le produit à exporter à travers l'accompagnement et le conseil prodigué aux opérateurs du pays.

Analyser les marchés extérieurs en développant la veille commerciale et réglementaire ainsi que les études prospectives.

Organiser la participation des exportateurs aux foires et manifestations économiques à l'étranger et les rencontres d'affaires.

Identifier le potentiel national d'exportation par une meilleure connaissance de la production nationale.

Gérer des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures au bénéfice des entreprises exportatrices.

L'Agence ALGEX propose également aux entreprises des mises en relations d'affaires et des contacts avec les importateurs étrangers pour développer leurs relations commerciales et trouver des débouchés pour leurs produits sur les marchés étrangers.

---

<sup>58</sup>GUENDOZI. B., « l'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur »,  
Faculté des

Sciences Economiques et des Sciences de Gestion, Université « Mouloud MAMMARI », p. 6.

<sup>59</sup>[www.algex.dz](http://www.algex.dz) consulté le 10/05/2022

ALGEX est chargée, enfin, d'identifier les entreprises ayant un potentiel et des capacités leurs permettant de se développer à l'international, les encourage à s'orienter vers les marchés étrangers et les accompagne sur leurs itinéraires à l'export.

Elaborer un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation.

Et plus récemment, analyser les données sur les importations à la faveur du décret n° 08-313 du 5 octobre 2008.

ALGEX met également à votre disposition son réseau de partenaires nationaux et internationaux pour d'éventuelles mises en relations d'affaires.

## **1.2 Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)<sup>60</sup>**

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) est régie, entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 qui dispose que l'assurance crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour:

- son propre compte et sous le contrôle de l'état, les risques commerciaux.
- le compte de l'Etat et sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles

Missions et activités principales :

La Compagnie a pour mission d'encourager et de promouvoir les exportations Algériennes en dehors des hydrocarbures et de garantir les ventes à crédit au profit des opérateurs économiques activant sur le marché national.

Cela permet d'encourager les achats et les exportations sur le marché international qui est également une garantie pour investir. Il s'agit donc de garantir l'investissement dans les marchés un peu mal connus ou de marchés qui présentent des risques. Autant d'atouts qui garantissent le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Fonctionnement et type d'information fournie:

Concernant les pays :

---

<sup>60</sup>[www.cagex.dz](http://www.cagex.dz) consulté le 11/05/2022

La CAGEX fournira, sur demande, les grands agrégats relatifs notamment aux volets suivants

- commerce extérieur par secteur d'activité.
- indicateur macro-économiques et financiers.
- principales production (industrielles, agricoles ....)
- échange avec l'Algérie.
- conditions d'accès au marché.
- dispositifs réglementaires.
- synthèse bancaire.

Concernant les opérateurs,

La CAGEX fournira sur demande le maximum d'information utiles sur:

-la situation juridique:

Forme juridique, date de création, actionnariat, effectif ...

-la situation financière :

Chiffre d'affaires, résultats financiers, créances, dettes,...

-activité:

Créneau d'activité, production,...

-Appréciations:

Appréciation bancaire, réputation commercial, notoriété, antécédents de paiement.

### **1.2.1 Objectifs (avantages):**

-prévenir les risques de non-paiement en s'assurant, par le biais d'une appréciation crédible de la solvabilité d'un futur client.

-prévenir le risque de mauvaise ou de non réalisation d'un contrat par un fournisseur en s'informant sur ses capacités, son sérieux et sa notoriété.

- prévenir les risques de non rapatriement ou de rapatriement tardif de fonds, du a la situation de pays du contractant et de sa réglementation.

### **1.3 Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)**

Institué par la Loi de Finances pour 1996, le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

A l'origine, le FSPE a été créé pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures à travers la prise en charge d'une partie des frais liés au transport des marchandises et la participation des entreprises aux foires et salons à l'étranger

Conformément aux dispositions de l'article 123 de la loi de finance pour 1997, les dépenses couvertes par le FSPE sont<sup>61</sup> :

- Les charges liées à l'étude des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs et à l'étude pour l'amélioration de la qualité des produits et des services destinés à l'exportation,

- Les aides de l'Etat à la promotion des exportations à travers la participation aux foires et expositions à l'étranger.

- Une partie des coûts de prospection des marchés extérieurs, supportés par les exportateurs.

- Le coût du transport international et de manutention dans les ports algériens des marchandises destinées à l'exportation.

Participation aux manifestations économiques à l'étranger:<sup>62</sup>

Le FSPE permet une couverture des coûts afférents au transport, au transit des échantillons, à la location d'emplacement d'exposition. Soit :

80% dans le cas d'une participation collective (aux foires et expositions, salons spécialisés) se déroulant à l'étranger dans le cadre du programme officiel

---

<sup>61</sup>Ministère du Commerce, texte réglementaires régissant les fonds spécial pour la promotion des exportations direction de la promotion des exportations, p7

<sup>62</sup>GUIDE PRATIQUE DE L'EXPORTATEUR ALGERIEN P36

50% Dans le cas d'une participation individuelle aux autres foires qui ne figurent par au programme officiel annuel.

100% dans le cas d'une participation revêtant un caractère exceptionnel ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique

Les taux de remboursement au titre d'une partie des frais de transport international des produits destinés à l'exportation, sont fixés comme suit :

50% des frais de transport international des produits agricoles périssables ou à destinations éloignées

50% des frais de transport international des produits non agricole.

50% des frais de transport terrestre des produits exportés.

#### **1.4 La Chambre Algérienne du Commerce et d'Industrie (CACI)**

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie, créée par le décret exécutif n°96-93du 03/03/1996, a pour objectif principal d'assister les entreprises dans la conduite des opérations d'exportation, mettre en relation d'affaires, d'entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs d'activité de l'économie nationale.

Les missions de la CACI<sup>63</sup> :

Représenter et défendre les intérêts des entreprises algériennes auprès des pouvoirs publics algériens, des instances internationales.

Elle participe aux délibérations de nombreux organismes nationaux de concertation à vocation économique et sociale. Elle joue ainsi pleinement son rôle de corps intermédiaire à vocation économique pour promouvoir le développement des entreprises et des territoires.

Les prises de position de CACI sont transmises aux pouvoirs publics. Ses travaux d'analyse et de prospective donnent lieu à des publications régulières.

Apporter appui et conseil aux CCI dans leurs activités et assurer la synthèse de leurs propositions sur les moyens d'accroître la prospérité de l'industrie, du commerce et des services.

---

<sup>63</sup><https://www.caci.com/> consulté le 11.05.2022

La CACI a également pour ambition de faciliter la mise en commun des bonnes pratiques et l'échange d'expériences afin d'accroître l'homogénéité et la qualité des prestations sur l'ensemble du territoire. Elle est à l'origine de la constitution de centres de ressources et anime des réseaux techniques d'appui aux entreprises fédérant les actions de l'ensemble des CCI, en lien avec les grands domaines d'activité économique et les préoccupations des entreprises.

### **1.5 La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) :**

(Safex - SPA) est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'Office National des foires et Expositions (ONAFEX), créé en 1971. La Société Algérienne des Foires et Exportations est passée à l'autonomie en novembre 1989 avec pour dénomination EPE ONAFEX spa doté d'un capital social de 5 millions de dinars.

En décembre 1990 et suite à la modification de ses statuts, l'entreprise a pris la dénomination actuelle EPE SAFEX Spa, avec pour objectif social principal :

Dans le cadre de ses missions statutaires, la SAFEX exerce ses activités dans les domaines suivants<sup>64</sup> :

- Organisation des foires, salons spécialisés et expositions, à caractère national, international, local et régional.

- Organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger.

- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international, de

l'information sur la réglementation du commerce international, des opportunités d'affaires avec l'étranger, de la mise en relation d'affaires, des procédures à l'exportation, de l'édition de revues économiques et catalogues commerciaux, de l'organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences, gestion et exploitation des infrastructures et structures du Palais des Expositions)

Après trois augmentations successives dont la dernière a eu lieu en février 2005 , le capital social a été fixé à 800 millions de dinars , divisé en 16 000 actions de 50 000 DA détenues par la Société de Gestion des Participations Prestations Divers ( SGP DIPREST ) , En 2011 , la SAFEX est passée sous la tutelle du Ministère du Commerce .

---

<sup>64</sup><https://www.safex.dz/> consulté le 12/05/2022

**.2 AVANTAGES ET FACILITATIONS ACCORDEES AUX EXPORTATIONS :**

Des exonérations fiscales sont accordées aux activités d'exportation. Elles concernent la Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP), la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) et l'Impôt sur les Bénéfices des Sociétés (IBS). Les principaux avantages fiscaux accordés aux exportateurs<sup>65</sup>sont :

**2.1 Exonération en matière d'impôts directs et taxes assimilées - TAP et IBS.****2.1.1 La taxe sur l'activité professionnelle (TAP) :**

N'est pas compris dans le chiffre d'affaires servant de base à la TAP, le montant des opérations de vente, de transport ou de courtage qui portent sur des objets ou marchandises destinés directement à l'exportation (Art. 220-3 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées).

**2.1.2 Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires****A La taxe sur la valeur ajoutée sur les opérations de vente réalisées à l'exportation (TVA) :**

Sont exemptées de la TVA, les affaires de vente et de façon qui portent sur les marchandises exportées et les marchandises d'origine nationale livrées aux magasins sous-douane légalement institués, compte non tenu de certaines exclusions.(Art. 13 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires)

**B L'achat en franchise de TVA :**

Les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destiné soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporées dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation et les 632TVA. (cf. article 42-2 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).

**C La restitution de la TVA :**

Pour bénéficier de la franchise (exonération) de la TVA, le contribuable doit se présenter au niveau de l'inspection des impôts pour récupérer un document appelé « franchise de la taxe sur la valeur ajoutée

Peut s'effectuer pour l'ensemble des biens et services pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée. (cf. article 42 et 50 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).

---

<sup>65</sup>[https://www.algex.dz/export\\_algex/item/584-autres-mesures-de-facilitations](https://www.algex.dz/export_algex/item/584-autres-mesures-de-facilitations) consulté le 15/05/2022

**Conclusion**

L'exportation est l'une des façons dont les entreprises s'internationalisent. Cependant, pour qu'une entreprise développe ses activités à l'international, elle doit développer une stratégie d'exportation.

Avant de commencer à exporter, une entreprise doit réaliser un diagnostic export afin d'analyser ses forces et ses faiblesses en évaluant ses capacités productives et financières, ainsi que ses capacités organisationnelles. Après avoir réalisé le diagnostic export, l'entreprise réalise des études de marché ciblées pour bien comprendre les besoins des consommateurs et la progression de ces concurrents qui existent sur ce marché.

Enfin, les entreprises peuvent appliquer les politiques les plus adaptées aux composantes du marché ciblé.



**Chapitre III: Etude des  
exportations de GENERAL  
EMBALLAGE**

### **INTRODUCTION**

La stratégie d'entreprise correspond à l'ensemble des décisions et actions qui orientent de façon déterminante et sur le long terme, la mission. Notre stage au sein de GENERAL EMBALLAGE a consisté essentiellement en la compréhension d'une vraie exportation et des démarches à suivre durant toute la période de réception de la commande jusqu'à la sortie de la marchandise de l'usine. Ce stage a donc été une opportunité pour nous de percevoir comment une entreprise dans un secteur d'emballage perçoit ces commandes à travers de différents pays et comment ils ont réussi à couvrir le marché local et d'être un leader mais aussi satisfaire ces commandes étrangères.

### **section 01 PRESENTATION DE GENERAL EMBALLAGE**

Dans la première section de ce chapitre, nous tenons à présenter SARL GENERALEMBALLAGE, son historique, son évolution au cours des années, et sa gamme de produits.

#### **.1 Présentation de l'entreprise GENERAL EMBALLAGE :**

Général Emballage est leader en Algérie de l'industrie du carton ondulé.

General emballage elle fabrique, à la commande, des plaques double-face (cannelures B, C, E et F) et double-double (BC et BE), des emballages et des displays.

Et elle réalise des post-impressions en Haute résolution jusqu'à 6 couleurs avec vernis intégral ou sélectif.

L'équipe SARL GE maîtrise l'ensemble des tâches de production : études, prototypage, réalisations de formes de découpe et de films d'impression, fabrication des emballages et des displays, livraison.

Entré en exploitation en 2002, Général Emballage est une Société de capitaux avec un capital social de 2.000.000.000 DZD opérant sur 3 sites industriels (Akbou, Oran et Sétif) avec près d'un millier d'employés et un Chiffre d'affaire de 6 milliards DZD. Général Emballage est une entreprise certifiée ISO 9001:2008.

### **.2 Création de l'entreprise :**

En 2002, les équipements de fabrication importés de l'Espagne furent installés. La société a commencé à fabriquer ses premiers produits en juin de la même année c'est-à-dire en 2002. Le capital de l'entreprise a été porté à 70 millions de dinars algériens en 2005, puis à 150 millions de dinars en 2006 et ensuite à 1 023 200 000 DA en 2007.

L'assemblée générale des actionnaires de la société tenue en date du 03 juin 2009 a décidé de modifier la société par action (SPA) et à augmenter le capital par l'intégration de deux nouveaux associés (MAGHEREB PRIVATE EQUITY FUND II <<Cyprus>> LP et MAGHREB PRIVATE EQUITY II<<Mauritius>>PPC) pour le porter à 1 823 200 000DA ; comme elle a décidé d'autoriser Monsieur RAMDANE BATOUCHE à céder trois parts sociales lui appartenant à Mesdames Samia ; Ouardia et Lynda BATOUCHE.

Identification de l'entreprise et sa forme juridique :

Le siège social de la société est situé à la zone industrielle d'Akbou 06001(W) Bejaia ALGERIE. Concernant sa forme juridique, l'entreprise GE est une société par actions dont le capital social est de deux (2) milliards de dinars algériens par conversion du compte courant associé suite à la résolution N°02 de l'assemblée Générale extraordinaire tenue le 30 juin 2009.

### **.3 Historique :**

Depuis sa création, "Général Emballage" est passé par plusieurs étapes importantes dans son évolution les plus marquantes sont citées ci-dessous :

2002 : Entrée en production de l'usine d'Akbou avec un effectif de 83 employés.

2006 : Le capital est porté à 150 millions de dinars avec un effectif de 318 employés.

2007 : Le capital est porté à 1,23 milliards de dinars avec un effectif de 425 employés et entrée en production de l'unité de Sétif. Trophée de la Production (Euro- Développement PME).

2008 : Début d'exportation vers la Tunisie et entrée en exploitation de l'unité d'Oran.

2009 : Augmentation du capital à 2 milliards de dinars et entrée de MAGHREB INVEST avec une participation de 40%. Général Emballage devient une société de capitaux (Société par action) avec un effectif de 527 employés.

## **Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE**

---

2010 : Un effectif de 630 employés.

2011 : Cotation COFACE (Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur). Effectif de 699 employés.

2012 : Les capacités de production sont portées à 130.000 tonnes avec un Effectif de 830 employés, L'usine d'Oran est transférée à la Zone Industrielle de Hassi-Ameur, Production des premiers ouvrages en Haute résolution, Signature d'une convention cadre de partenariat avec l'Université de Bejaia, Notation COFACE.

2013 : Certification ISO 9001 :2008. Démarrage de la 1ère promotion de Licence en Emballage & Qualité à l'Université de Bejaia.

2014 : Signature d'un protocole d'accord de recrutement avec l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) et Début des exportations vers la Libye avec Effectif de 1005 employés.

2015 : Entrée en production de la nouvelle usine de Sétif à ZI Ain Sfiha, 1ere exportation en Espagne et en Mauritanie, Sortie de Maghreb Private Equity Fund et entrée de Développement Partners International (DPI) et de la Deutsche Dation Investitions and Entwicklungsgesellschaft mbH (DEG) à hauteur de 49% du capital social, Prix d'encouragement du Trophée Export 2014 (World Trade Center (WTCA) 2016 avec un

Effectif de 1100 employés

2018 Certification ISO 9001 Version 2015 et Effectif de 1200 employés.

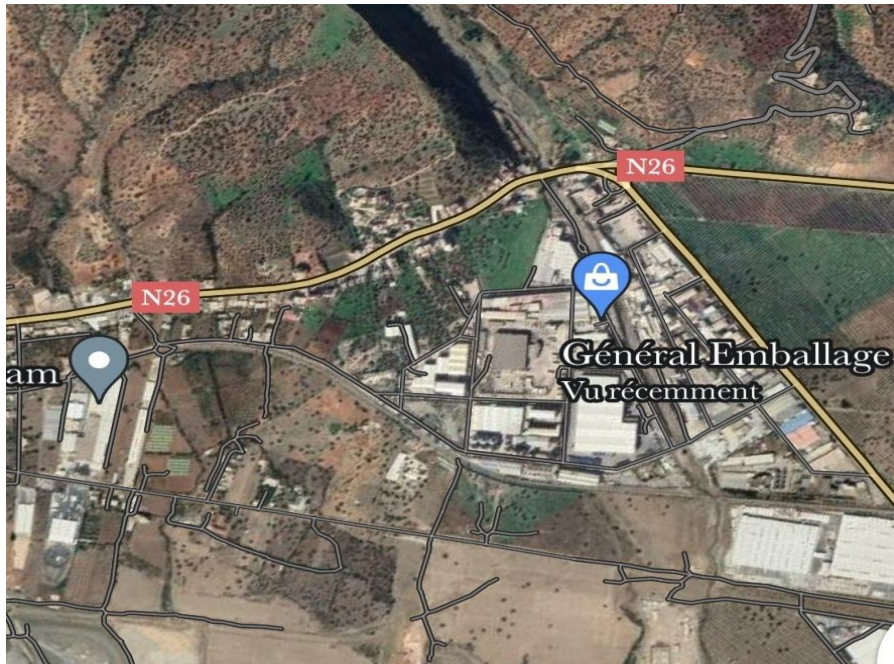
2019 : Distinguée comme entreprise « inspirante » pour l'Afrique dans le Rapport «Compagnies to inspire Africa 2019 » du London Stock Exchange Group (Bourse de Londres) et Première expédition sur la Belgique et la France. Prix spécial du jury du Trophée Export

2018 (World Trade Center (WTCA). Effectif de 1201 employés.

● 2020 : Certifications ISO 14001 :2015 et ISO 45001 :2018 avec Effectif de 1222 employés.

### **.4 Situation géographique :**

Voici la carte géographique de SARL GENERAL EMBALLAGE, la flèche indique l'endroit exact où se situe l'entreprise GE.



Source : Google maps



Source : Google Maps.

GE est implantée dans la zone industrielle de « TAHARACHT » à 02 km d'une grande agglomération (Akbou), quelques dizaines de mètres de la voie ferrée, à 60 km de BEJAIA,

Chef-lieu de la région et pôle économique important en Algérie dotée d'un port à fort trafic et un aéroport international reliant divers destinations (Paris, Marseille, Lyon, St Etienne et Charleroi .....Etc.) Et à 170 km à l'est de la capitale ALGER.

Cette situation est rendue plus avantageuse par la présence de plusieurs acteurs économiques importants tels que : ALL PLAST, SOUMMAM, IFRI, DANONE, DJURDJURA etc.

### **.5 Objectifs de l'entreprise Général emballage**

Les moyens utilisés permettent de faire face à la demande actuelle, afin d'augmenter ses parts de marché, répondre dans les délais à la demande de plus en plus croissante et augmenter ses capacités de production. Pour cela, la GE SPA a entrepris des négociations pour acquisitions d'une ligne de transformation et pour l'extension de l'espace de stockage des matières premières et des produits finis.

Les objectifs principaux de Général emballage sont :

Diversifier les produits ;

Optimiser la capacité de production ;

Se développer sur le plan commercial ;

Développer l'infrastructure ;

Acquérir de nouveaux équipements ;

Améliorer les compétences et les performances.

Objectif à réaliser dans les années les plus proches selon l'information délivrée par le personnel du GE :

Lancement d'une usine de recyclage du carton, et de production du papier, vu que GE importe 100% de ses besoins en papier. Toutefois, GE pourrait devenir producteur, voire même exportateur de papier si la technologie et les ressources sont mises en place.

### **.6 La position de General Emballage dans le marché national**

Général emballage confirme sa position de leader national

### **Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE**

---

C'est une entreprise qui a su relever parfaitement le défi de l'exportation. GE est spécialisé dans la fabrication et la transformation de carton ondulé, elle s'est vue attribuer quelques années plus tard de triple A de la Coface pour sa solvabilité et sa bonne santé financière.

Les missions de l'entreprise G.E

La mission de GE est de satisfaire sa clientèle de plus en plus exigeante en matière de produit d'emballage. Les différents produits fabriqués par GE sont :

- Les plaques de carton ondulé ;
- Les caisses à fond automatique ;
- Les caisses télescopiques ;
- Les barquettes à découpe spéciale.

Les partenaires de GE

L'entreprise compte parmi ses partenaires deux associés (MAGHREB PRIVATE EQUITY FUND II « Cyprus » LP ET AGHREB PRIVATE EQUITY II « Mauritius » PPC), les clients sont aussi des partenaires.

Les clients de GE

Général Emballage compte parmi ses clients de grands acteurs de la scène économique nationale comme : CEVITAL, DANONE, ALMAG, SOUMMAM, IFRI, ROUIBA, SOCOHYD, SONARIC, LA BELLE, HODNA Lait, Laiterie TREFT, Groupe OUCHRIF, HENKEL, SWAL TUBI, BIMO, ENIEM, CONDOR, CRISTOR, VITAJUS, RAMDY,

Bien qu'à l'étranger, le premier et principal client de général emballage est la Tunisie, qui représente un taux qui s'élève jusqu'à 80 % des exportations annuelle. Bien plus qu'il existe d'autres pays tel que NIGER, MAURITANIE, et la LYBIE....

Elle vise donc comme clientèle principale le marché national, comme elle a exporté les déchets de fabrication vers l'étranger en destination de l'Espagne, des Pays-Bas et d'Arabie saoudite.

### Fournisseurs de GE

Général Emballage s'approvisionne sur le marché étranger à 93%, Les matières premières (Bobines de papier de différents types) viennent de l'étranger et 07% viennent du marché national (ingrédients de colle, amidon, etc.). Elle vise comme clientèle principale le marché national. Elle exporte les déchets de fabrication vers l'étranger en destination de l'Espagne, des pays bas et d'Arabie saoudite.

### Les concurrents de GE

GE est le leader de cartonnage en Algérie, parmi ces concurrents, on site Maghreb emballage, IECO (industrie des cartons ondulé) le groupe GIPEC (Groupe industriel du papier et de la Cellulose) qui sont en même temps des clients.

### **.7 Les Activités de GENERAL EMBALLAG :**

Les activités principales de Général Emballage sont :

Fabrication, transformation et commercialisation du Carton Ondulé et de déchets.

Vente de déchets sur le marché local (RECUPAK et TONIC).

Export déchets (BELGIQUE, SUISSE, ESPANGE)

Export produits finis (LIBIE, TUNISIE).

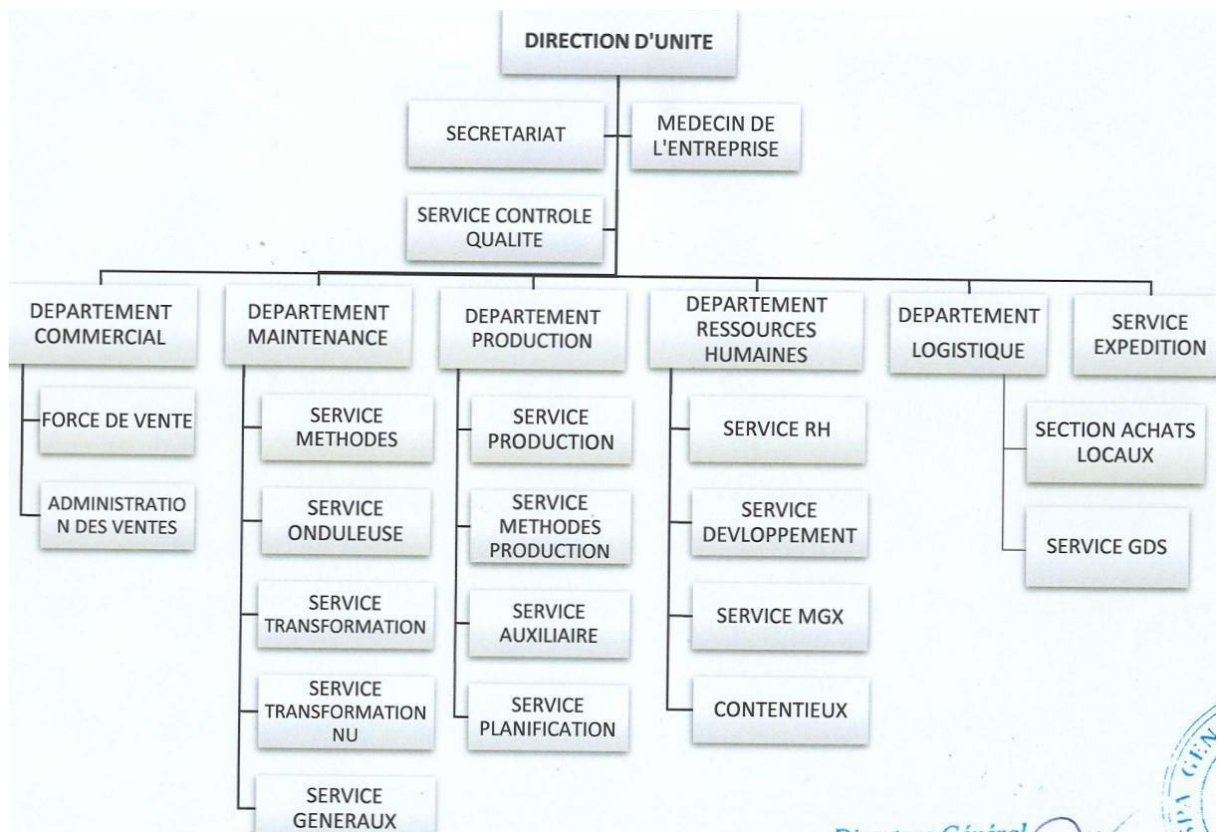
La mission de G.E est de satisfaire sa clientèle de plus en plus exigeante en matière d'Emballage et de plaques en carton ondulé.

### **.8 Organigramme de G.E**

L'entreprise G.E comporte une organisation administrative hiérarchique représentée dans le schéma ci-dessous :



Figure 4 : représentation schématique de l'organisation administrative de GE



Source : Document interne de l'entreprise Général Emballage

**La Direction Générale** : Elle est chargée de mettre en œuvre la stratégie et la politique de l'entreprise, elle joue un rôle de pilotage et trace les grandes orientations et objectifs à atteindre.

**Direction Commerciale** : Le service commercial prend en charge les commandes des clients et répond à leurs besoins. Après avoir négocié et étudié les quantités à produire, les prix à appliquer, les délais de livraison et le mode de paiement et après confirmation de la commande par le client, le service commercial établit une fiche de transmission pour le service programmation qui donne l'ordre de fabrication au service production.

**Direction Finance et comptabilité** : La fonction finance et comptabilité se charge de l'enregistrement et du traitement des informations relatives aux mouvements financiers de

## **Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE**

---

l'entreprise, cette fonction est structurée en deux services : Comptabilité Générale, Contrôle de gestion.

**Directions Ressources humaines** : se charge de tout ce qui a un lien avec la gestion du personnel, met en œuvre des moyens pour garantir en permanence à l'entreprise une adéquation entre ses ressources et ses besoins en personnel, sur le plan quantitatif comme sur le plan qualitatif.

**Direction Logistique** : Son rôle consiste à gérer tout ce qui concerne le transport et le stockage des produits de l'entreprise : véhicules nécessaires au transport, les entrepôts..., en optimisant leur circulation pour minimiser les coûts et les délais

**Service Approvisionnement** : Le service d'approvisionnement assure à l'entreprise les besoins en matières premières, en pièces de rechange et en équipement, il est divisé en trois services : Les achats, la gestion des stocks, le magasin.

**Service Production** : La production est considérée comme le levier de l'entreprise, c'est à ce niveau que l'entreprise veille à ce que les demandes des clients soient bien réalisées, en fournissant tous les moyens nécessaires. Dans le processus de production l'objectif principale est des minimisé les déchets, rentabiliser les équipements et améliorer la performance.

**Service Maintenance** : Ce service joue un rôle très important dans l'entreprise en veillant de manière permanente au fonctionnement des équipement et en précédant à leur réparation immédiate en cas de panne, comme il est chargé de la provision des pièces de rechange et surtout du planning préventif d'entretien des installations.

### **section 02 LES CRITERES ET LES ELEMENTS DE BASE DE LA**

#### **DEMARCHE EXPORT DE GENERAL EMBALLAGE :**

##### **.1 Les moyens logistiques :**

Aujourd'hui, l'entreprise coopère avec une société voisine appelée (TMF Logistique), dont 80/100 camions sont aux services de GENERAL EMBALLAGE.

## **Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE**

---

La société de transport TMF Logistiques appartenant au groupe Batouche, Ramdane BATOUCHE a pris les fonctions de PDG de la société en 2020 suite au décès de son ancien PDG.

Malgré les avantages d'être proche et d'avoir le même PDG, GENERAL EMBALLAGE connaît de sérieux problèmes de circulation :

Difficulté d'arriver à la satisfaction de toutes les demandes de transport par le prestataire. Cela est du à l'énorme productivité du GENERAL EMBALLAGE.

Les chauffeurs permanents :

L'entreprise compte environ 60 employés, dont 50/100 sont des conducteurs réguliers, la moitié est des conducteurs de chariots élévateurs et l'autre moitié aux services véhicules et camions de l'entreprise.

L'ensemble de ces personnels est dirigé par le service expédition et le service gestion des ressources humaines.

Les prestataires de transport :

L'entreprise ne dispose que d'une dizaine de camions de transport, dont la plupart sont fournis par des sous-traitants, et l'entreprise fait appel à une centaine de camions par jour pour assurer la livraison de ces produits aux clients.

Les chariots élévateurs :

Le chargement et le déchargement sont également gérés par le service expédition, qui se charge de l'organisation des chauffeurs et de toutes les autres dépenses (carburant, pièces détachées, entretien, etc.) nécessaires à la mise en place du chariot élévateur.

### **.2 Analyse de la démarche d'exportation de Général Emballage**

Afin de fin D'étudié la démarche export de General Emballage, nous avons profité d'un stage au sein de l'entreprise pour connaître ses objectifs de mise en œuvre de cette stratégie, le financement des exportations.

#### **2.1 L'objectif de l'exportation de Général Emballage**

Selon les réponses communiquées par notre encadrant au sein de l'entreprise, Général Emballage a suivi cette stratégie d'exportation pour deux principaux motifs à savoir :

l'augmentation du chiffre d'affaire de l'entreprise et le renforcement de sa réputation et la grandeur de sa marque.

### **2.1.1 L'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise**

Le chiffre d'affaire est l'un des indicateurs qui donne l'état de santé d'une entreprise, Afin d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise, les dirigeants de l'entreprise ont adopté une stratégie d'exportation, qui a notamment augmenté la part de marché de l'entreprise en pénétrant d'autres marchés, notamment étrangers.

### **2.1.2 . Renforcement de la réputation de l'entreprise**

La réputation de l'entreprise est utilisée par le vendeur comme argument de vente est considérée par l'acheteur comme une sorte de garantie de la qualité de produit ou service qu'il achète, donc il est primordial pour General Emballage de bâtir une bonne réputation, GE occupe la première place au niveaux national même au niveau africain dans l'industrie en tant que spécialiste de la production de carton ondulé, avec une satisfaction de plus de 75% de la demande du marché local, elle souhaite renforcer sa réputation acquise localement sur les marchés étrangers.

## **2.2 Le mode de financement adopté par Général Emballage**

SARL Général Emballage appuie sur trois types de paiement :

Paiement à l'avance : c'est plus facile est plus sécuriser, GE reçoit son argent à l'avance ce qui lui permet de plus s'inquiéter sur le paiement. (Généralement ce mode de paiement s'effectue au niveau national).

Lettre de crédit : c'est l'engagement à payer souscrit par la banque de client, cette banque s'engage par un document pour payer GE.

Transfert libre : ce moyen de paiement est peu couteux, il prend l'existence du rapport de confiance entre les deux partenaires en évidence

La direction export nous affirma que l'entreprise recourait à ce mode parce que la CAGEX accepte de couvrir les risques. Cette compagnie consiste à couvrir les risques de non-paiement, aux échéances convenues.

## **2.3 Mode de transport utilisé par l'entreprise**

Pour le transport de ces produits, la société se charge de la livraison de ses produits aux clients par l'intermédiaire de la société de transport TMF, qui est livrée par la route.

## Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE

General emballage utilise 2 modes :

routier : la Tunisie et la Libye, la Mauritanie.

maritime l'Espagne, la France et la Suisse, Belgique.

Incoterm adopté par Général Emballage

Selon les informations fournies par les dirigeants de l'entreprise, General Emballage utilise 4 Incoterms lors de l'expédition de marchandises :

Terrestre : EXW, CPT (pour la Tunisie, pendant la pandémie elle utilise FCA à la place de CPT).

Maritime : FOB, CFR.

### .3 Diagnostic export de Général Emballage

Avant d'entrer sur un marché cible, L'entreprise doit d'abord analyser ses conditions de succès. Cela dépend de ses capacités et de ses compétences. Grâce à notre stage chez Universel Packaging, avec l'aide du service export, nous avons pu élaborer un diagnostic export pour l'entreprise.

**Tableau 7 bilan réalisé par général emballage entre 2008 a 2020.**

Année	Volumes des ventes (tonnes)	Chiffre d'affaire (milliards de dinars)	Nombre de clients	Parts de marché	Exportations
2008	--	-		32%	0
2009	41000	110	1010	36 %	0
2010	43000	140	1045	38%	0.2%
2011	54000	190	1232	42%	0.5%
2012	620000	250	1384	46%	1.6%
2013	77000	420	1538	49%	1.88%
2014	82000	435	1740	55%	2.13%
2015	87000	470	1938	58%	2.40%
2016	98000	497	2120	59%	2.56%

### Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE

2017	98000	512	2900	66%	2.66%
2018	101000	589	3230	68%	2.70%
2019	112000	614	3815	71%	2.99%
2020	120000	630	4110	75%	3%

**Source :** Document interne de l'entreprise Général Emballage

En analysant bien ce tableau, nous remarquons que la capacité de production de Général Emballage a augmenté de 2009 jusqu'à 2020, passant de 41 mille tonnes/an à 120 mille tonnes/an, une capacité améliorée grâce à des investissements réalisés par l'entreprise durant ces dernières années, l'unité de Sétif et Oran.

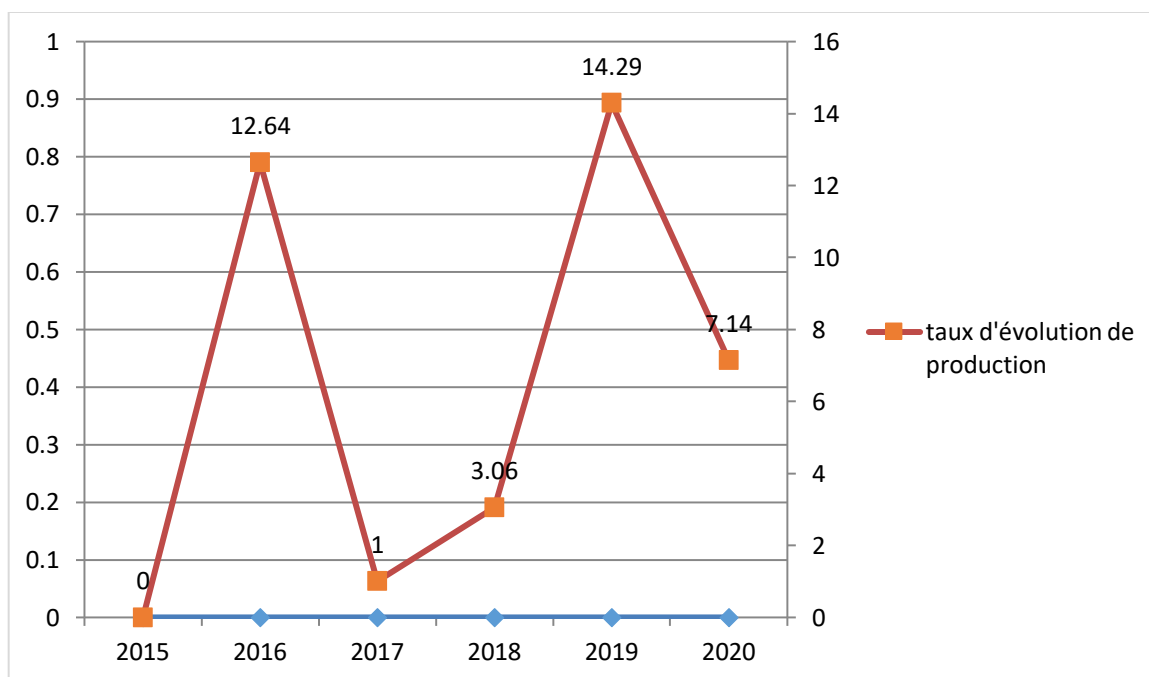
Le service export nous a appris que le principal fournisseur de matière première de son entreprise est Saica (Espagne), qu'est considéré comme son client aussi.

Avant de se lancer dans un marché visé, il faut d'abord faire une analyse de ses conditions de réussite. Celles-ci dépendent de ses capacités et compétences, A travers notre stage effectué au sein de l'entreprise Général Emballage.

**Tableau 8 Capacités de production de GENERAL EMBALLAGE**

Année	2015	2016	2017	2018	2019	2020
VOLUME DE PRODUCTION (tonnes)	87000	98000	98800	101000	112000	120000
Pourcentage	-	12.64%	1%	3.06%	14.29%	7.14%

**Figure 5** graphe représente le volume et le taux de production (2015-2020)



Dans le tableau et le graphe au dessus nous on voit l'énorme augmentation de la production de GENERAL EMBALLAGE durant les années (2015-2020), ce qui montre l'importance de son attractivité des clients et sa forte productivité, est que GE adopte une stratégie efficace qui lui permet de faire face aux différents obstacles, pendant l'année 2020 (crise sanitaire) GE na pas été affecter , et sa production reste en augmentation, ainsi le nombre de clients et sa part de marché local aussi augmenter.

Capacité financière :

**Tableau 9:** chiffre d'affaire de GENERAL EMBALLAGE

Année	2016	2017	2018	2019	2020
Chiffre d'affaire (en milliard de dinar)	497	512	589	619	630
Taux d'évolution	-	103.01%	115.03%	105.09%	101.77 %

**Figure N °2:** graphe représente les taux d'évolution e chiffre d'affaire.

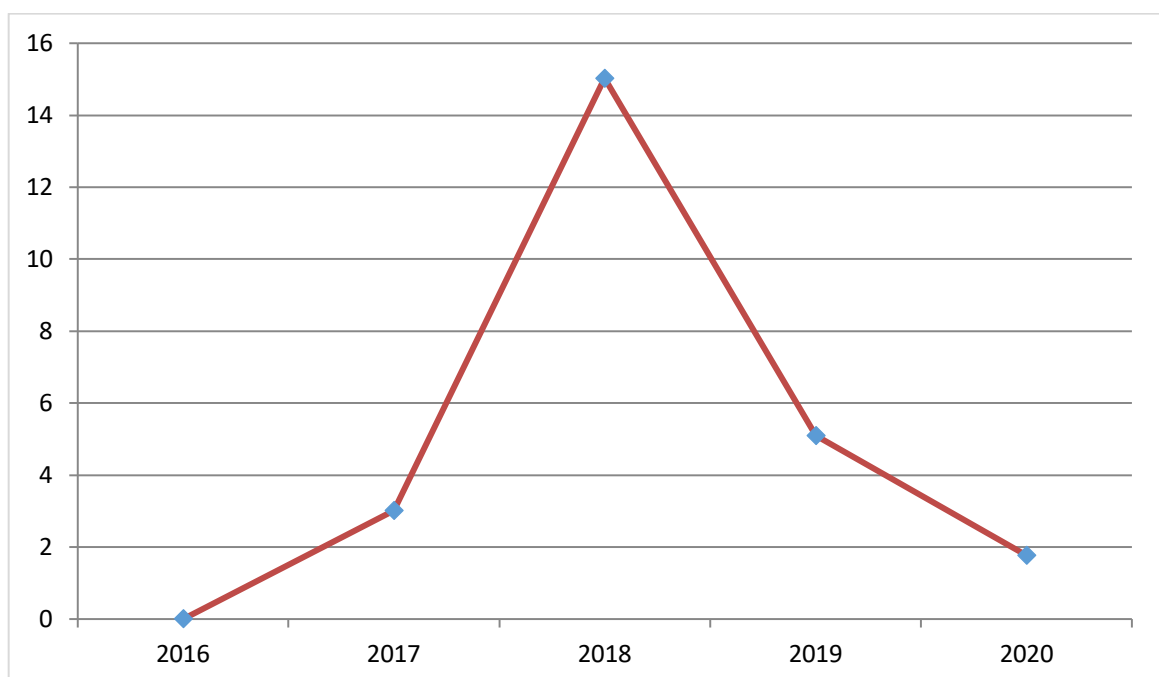
## Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE

General Emballage occupe la première place dans l'industrie en tant que spécialiste de la production de carton ondulé, a satisfait avec succès de 75% de la demande du marché local en 2020 et souhaite renforcer sa réputation acquise localement sur les marchés étrangers.

Depuis l'année 2012, Général Emballage a connu une augmentation extraordinaire du chiffre d'affaires export.

Pendant l'année 2012 GE a réduit ses exportations en vue de satisfaire le marché local, du fait que la demande sur le marché intérieur était très importante. Aussi elle a réalisé de nouveaux investissements à l'effet d'agrandir ses capacités de production. Mais à partir de l'année 2013 le chiffre d'affaires export est en progression successive à ce jour 630(milliard de DA) en 2020. Et l'idée d'exporter pour GE, n'est pas uniquement de réaliser un bon chiffre d'affaires mais aussi de s'inscrire aux normes internationales que ce soit en terme de management ou dans la qualité du produit et service.

**Figure 6 représentation schématique de chiffre d'affaire (2016-2020)**



A travers ces évolutions de chiffre d'affaire de l'entreprise général emballage, nous remarquons que durant l'année 2018 GE a réalisée le plus fort taux d'évolution est avec 15.03% par rapport à l'année qui l'a précédée, dès l'année 2019 le taux dévolution a diminuer malgré cette diminution le C.A reste toujours en augmentation, en l'entreprise a su faire face, elle a restée forte par sa réalisation des chiffres d'affaires à la hauteur malgré la.



### .4 Les produits destinés à l'exportation

Général Emballage export tout types de produits fabriqué en carton ondulé spécifiques à chaque client.

Gamme de produit

Les caisses américaines :

Toutes caisses où sa nécessite qu'un simple passage sur flotter. Elles sont économiques et faciles à monter.



La barquette :

## Chapitre III : Etude des exportations de GENERAL EMBALLAGE

---

Toute caisse nécessitant une forme de découpe pour pouvoir la réaliser, hors les caisses avec poignées et/ou une petite ouverture sur la ou les deux longueurs.



Le box :

Tous types de box : (carré, octogonal, irrégulier).



### BOITES À PIZZA

Réalisée en flexographie Haute résolution, l'impression est personnalisée et confère une puissante efficacité communicationnelle.



Et autres produits comme les boites d'archives, barquettes à fruits, les croisillons et plaques intercalaires.

#### **.5 Degré de préparation de Général Emballage à l'export**

Afin de réussir son processus d'exportation, les responsables de General Emballage s'assurent que tous les moyens et compétences sont mis en œuvre. Depuis 2008, la date à laquelle ils sont entrés dans l'activité d'exportation en Tunisie, ils ont mis en place un département dédié aux affaires à l'exportation et un bureau de liaison, doté d'un personnel qualifié, en charge de toutes les affaires à l'exportation. Cela témoigne de l'évolution du nombre de clients potentiels et du chiffre d'affaires international.

#### **.6 Prospection des clients à l'export**

L'objectif fondamental de General Emballage est de fidéliser ses clients tout en procédant à des explorations poussées par la mise en place d'une stratégie d'exploration efficace et rentable. En particulier, les recherches de l'Institut National de la Statistique, Centre de l'Emballage et du Conditionnement, et les recherches statistiques sur le développement du marché. General Emballage a participé deux fois à la foire de Packaging Tunisie. Parmi les perspectives de la société, ses dirigeants envisagent de construire des bases industrielles en Tunisie et en France, d'établir un bureau de liaison en Libye et d'exporter vers les pays africains.

#### **.7 Problèmes et risques confrontés par SARL GE**

L'entreprise général emballage se trouve face à :

### 7.1 Problème de casse et détérioration :

Le carton est un produit très sensible, une simple erreur peut endommager plusieurs produits. Il est toujours confronté au risque de détérioration lors de déplacement et des opérations de chargement et de la manutention, donc l'entreprise doit appliquer plusieurs méthodes pour protéger le maximum de ses produits,

Les risques :

- La mauvaise manipulation des caristes provoque l'endommagement des produits.
- Le mauvais chargement peut causer le renversement de produit lors de sa transportation.
- Si les remorques des camions sont pas bien bâchées, la pluie peut mouiller les produits.
- La mauvaise palettisation endommage les produits.
- Les fausses manœuvres des chauffeurs des camions provoquent le renversement des produits.

### 7.2 . Problèmes extérieurs :

L'entreprise est confrontée aussi à des problèmes qui viennent de l'extérieur soit technologiques, ou relatifs aux infrastructures.

\* **Technologique** ; l'activité de production des cartons ondulés nécessitent des outils informatiques de très haute qualité surtout en ce qui concerne l'impression 3D, et les designs de l'emballage. L'entreprise elle est obligée de chercher son matériel informatique à l'étranger puisque en Algérie la nouvelle technologie n'est pas disponible.

\***Manque des infrastructures** : l'entreprise expédie ces marchandises par des camions généralement via la voie routière, le manque des infrastructures routières a des influences négatives sur GENERAL EMBALLAGE, quand il s'agit des destinations lointaines, certaines zones géographiques n'ont que des petites routes difficiles pour que les camions puissent y

Rentrer. Aussi il y a des autoroutes qui sont en mauvais état entravent les activités de transport des marchandises.

### **7.3 Problème de l'exportation :**

L'exportation vers l'étranger est un objectif central de GENERAL EMBALLAGE. L'entreprise exporte déjà vers la France, la Tunisie, la Mauritanie et la Libye. Elle envisage d'exporter vers d'autres pays africains comme : le Maroc et le Mali, et le marché européen comme l'Italie et la Belgique.

Il est à souligner que l'entrave principale est celle liée aux passages de la douane, c'est une étape très compliquée pour les transporteurs puisque les colis peuvent vite s'y retrouver bloqués ou refusés.

### **section 03 PROCEDURE D'EXPORTATION DE GENERAL EMBALLAGE :**

Le service export de l'entreprise nous a expliqué le déroulement du processus export de General Emballage. Dans la dernière section de ce chapitre, nous tenterons de décrire les procédures de GE pour l'exportation de produits finis, sur la base des documents qui nous sont fournis.

En vue de céder ses produits et de les commercialiser en dehors du territoire national, à laide de (l'annexe N°10) on explique les étapes suivi par général emballage pour sa procédure d'exportation vers la Tunisie :

#### **.1 Réception de bon de commande**

L'entreprise GE reçoit le bon de commande des clients de deux manières différentes, selon qu'il s'agit d'une ancienne ou d'un nouveau client. Si le client est un client ancien, le service commercial vérifie simplement son situation de paiement. S'il y a un nouveau client ou un nouveau produit, le service commercial utilise le logiciel VOLUPACK (voir annexe N°09) pour consolider toutes les coordonnées du client.

S'agissant d'un nouveau client, le service commercial utilise le logiciel cité ci-dessus pour lui créer un profil qui contient généralement les informations suivantes : carte fiscale, registre du commerce, banque de dépôt, CAGEX.

#### **.2 Envoi de la commande à la production**

Une fois toutes les informations du client vérifiées, sa commande sera insérée dans PC-TOP VOLUPACK (revoir annexe N°09) pour envoie le plan de gerbage en production.

Le classement et le chargement des marchandises dans ses conteneurs sont basés sur ce plan. Commandez ensuite des palettes pour chaque gamme de produits en prenant soin de bien préciser leurs dimensions pour garantir une bonne protection du produit.

Après cette opération, il ne reste plus qu'à revoir la liste des chauffeurs (TMF, entreprise de transport) pour une bonne coordination et à préparer à l'avance le transporteur de la marchandise.

### **.3 Réception du produit au sein du service production**

Après avoir transmis toutes les informations nécessaires à la réalisation de la commande, le service production vérifie les quantités réelles réceptionnées, la palettisation et dresse la liste de colisage et la transmet à l'expédition. La liste de colisage est un dossier contenant plusieurs pièces :

**Premièrement** : établir un certificat d'origine, contient des informations telles que l'adresse de la société GE, l'adresse de l'importateur, le pays d'origine et le type de transport. Il comprend également le nombre de palettes, le poids total de l'envoi et la date à laquelle ce certificat d'origine a été réalisé.

**Deuxièmement** : créer une lettre de transport (voir annexe 05) contient lieu de billet afin que la marchandise passer par les frontières.

**Troisièmement** : envoyer les documents de dédouanement, la facture commerciale, lettre de transport et la liste de colisage au client par e-mail.

**Quatrième** : Établir la demande domiciliation (voir annexe 08) et le pré domiciliation bancaire, la facture et la demande domiciliation seront envoyer par fax, obtenir par téléphone auprès du service des marchés étrangers de la BEA un numéro de domiciliation de l'opération, pour établir l'engagement des fonds de rapatriement douanier.

Après transfert des documents par email, l'entreprise reçoit la déclaration du client et procède à une vérification détaillée avec une copie D10 tunisien avant de l'incorporer au dossier et d'établir un dossier complet et fiable au service de dédouanement.

### **.4 Étape d'expédition de la marchandise**

Une fois que la commande du client est prête à être expédiée, le service export initiera les démarches nécessaires à l'expédition. Le service contacte le transitaire pour envoyer la

demande de chargement via le site Web ou par téléphone. Le jour du scellement, ils préparent une liste de colisage (LC) pour chaque camion à soumettre aux agents des douanes et envoient le PV d'emportage au transitaire par e-mail ou par fax.

Récupérer la lettre douanière sous pli ferme, D11 (voir annexe 03) et le certificat d'origine « CO » auprès du transitaire.

Le lendemain du scellement aura lieu le parachèvement de la transaction en insérant dans le logiciel VOLUPACK le montant D11 (revoir annexe 03) de la transaction. Après que le service export a accompli ces formalités, c'est au tour du service comptable de recevoir les pièces comptables et le document du Fonds Spécial de Promotion des Exportations (FSPE) pour le remboursement des marchandises avec 25% de la valeur expédiée.

### **.5 Documents à envoyer lors de l'opération d'exportation de Général Emballage**

Lorsque le produit est finalisé et prêt pour l'exportation, le service export de l'entreprise passe à l'étape de préparation et d'envoi des documents liés à l'activité d'exportation, tels que : domicile, transitaire, chambre de commerce, documents des chauffeurs et ceux du chef des chauffeurs.

#### **5.1 Pièces du dossier export**

Facture commerciale (voir annexe 01) : 07 copies originales signées par le responsable commercial ;

Lettre de transport (voir annexe 05) : 07 copies originales ;

Liste de colisage (voir annexe 02) : 06 copies originales signées par le responsable commercial ;

Engagement de rapatriement des fonds (voir annexe 03): 02 copies signées par le directeur des finances et comptabilité pour la banque ;

Déclaration sur l'honneur (voir annexe 04) : 06 copies signées par le directeur des finances et comptabilité ;

Engagement de rapatriement des fonds (voir annexe 07) : 04 copies signées par le directeur de la finance et comptabilité pour la douane ;

Le certificat d'origine.

### **5.2 Documents à envoyer pour la domiciliation**

Demande de domiciliation (revoir annexe 08) : 02 copies ;

Facture commerciales (revoir annexe 01): 07 copies originales dont la banque gardera un exemple ;

Lettre de transport (revoir annexe 05) « TMF » plus une liste de colisage (revoir annexe 02) pour chaque camion ;

Une déclaration sur l'honneur (revoir annexe 04) ;

Un engagement de rapatriement des fonds (revoir annexe 03) pour la banque.

### **5.3 Documents à envoyer à la chambre de commerce**

Certificat d'origine ;

Déclaration sur l'honneur (revoir annexe 04) ;

Une facture de domiciliation (revoir annexe 08).

### **5.4 Documents à adresser au transitaire**

Certificat d'origine ;

Lettre de transport (revoir annexe 05) « TMF » plus la lettre de colisage (voir annexe 02) pour chaque camion, 02 copies pour chaque document ;

Déclaration sur l'honneur (revoir annexe 04) : 02 copies ;

Factures domiciliées (revoir annexe 01) : 02 copies ;

Engagement de rapatriement douane (revoir annexe 07): 03 copies ;

Le registre de commerce en plus de la carte fiscale.

### **5.5 Dossier à remettre à chaque chauffeur à présenter au poste frontalier**

Enveloppe portant le nom du chauffeur plus le numéro de facture plus le matricule du camion ;

Facture domiciliée (revoir annexe 08) : au moins un original par convoi.



Copie de lettre de transport (revoir annexe 05) et de la lettre de colisage (revoir annexe 02) du camion ;

Copie de la déclaration sur l'honneur (revoir annexe 04) ;

Copies de l'engagement de rapatriement douanes (revoir annexe 07) ;

Copies de D11 (revoir annexe 03) ;

Copies du certificat d'origine ;

Copies légalisée du registre de commerce, joint à la carte fiscale et au compte social.

### **5.6 Dossier à remettre au chef de file des chauffeurs**

Facture commerciale (revoir annexe 01);

Lettre de transport (revoir annexe 05) et lettre de colisage (revoir annexe 02) de chaque camion ;

Déclaration sur l'honneur (revoir annexe 04);

Engagement de rapatriement douanes (revoir annexe 07);

Copies de D11 (revoir annexe 03) ;

Certificat d'origine ;

La lettre des douanes algériennes ;

Déclaration client si celui-ci n'a pas de transitaire.

Général Emballage qui se compose de quatre étapes essentielles poursuivies dans une démarche d'exportation.

### ***CONCLUSION***

Général emballage est l'une des plus puissante entreprise algérienne de nos jours, voire les résultats qu'elle a pu réaliser depuis sa naissance et le stade auquel elle est arrivée. Aujourd'hui, son produit couvre les besoins locaux et il commence à conquérir le monde, pour une entreprise si ambitieuse avec du personnel hautement motivé, les objectifs les plus lourds sont qu'une question de temps.

# **Conclusion générale**

### Conclusion générale

L'importance du commerce extérieur d'un pays se mesure par les performances des entreprises qui interviennent. En effet, les exportations permettent de mettre en évidence les ressources et les capacités productives de l'entreprise, ce qui lui permet de se retourner vers le marché extérieur et de forger une place parmi les anciens acteurs. Et pour assurer le déplacement d'une personne ou d'une marchandise d'un point à un autre, et sans passer par la logistique, ça paraît impossible pour la réussite de cette démarche.

Les opérations de la logistique constituent une chaîne très organisée qui permet de maîtriser les flux physiques, financiers et informationnels, mais sa réussite est indexée à la fiabilité de gestion de cette chaîne.

La logistique est une formule essentielle et primordiale pour les entreprises. La maîtrise de la logistique constitue un avantage concurrentiel pour une entreprise et même pour un pays, dans la mesure où sa maîtrise est source de réduction d'efficacité et d'efficience. Une bonne coordination entre les éléments d'une chaîne logistique (clients, intermédiaires, fournisseurs...) permet d'obtenir les produits en bonne état, au bon moment en bonne quantité même si les clients se situent dans des endroits loin voire même difficiles d'accès.

Notre stage nous a permis d'avoir des résultats très importants sur les techniques d'optimisation de la logistique. Nous avons conclu que la logistique se pratique avec un ensemble d'outils et techniques basés sur des principes logistiques efficaces. Assurer le fonctionnement de management de la qualité, le développement durable et la communication avec la clientèle sont parmi les démarches les plus efficaces pour assurer la performance de l'entreprise.

En fait, nous avons réussi à détecter les différentes optimisations essentielles pour la rentabilité de l'entreprise GENERAL EMBALLAGE qui sont ; L'optimisation des coûts de transport et de stockage, l'automatisation de système de production, l'amélioration continue de la production et accroître la satisfaction des clients au maximum. Ce travail nous a permis de répondre à notre problématique de départ et de confirmer ainsi les hypothèses que nous avons élaborées.

Notre stage au sein de l'entreprise GENERAL EMBALLAGE nous a permis d'avoir des réponses à notre problématique, en ceux qui concerne les raisons d'exportation des pme, comme étant l'une d'entre elles, et comme principale raison de ce développement à l'export

réside dans l'augmentation de chiffre d'affaire qui représente les ventes d'une entreprise, sur un exercice comptable, cet élément clé permet d'évaluer la performance et le niveau de l'activité courante exercée.

En revanche, l'entreprise exportatrice va pouvoir bénéficier d'un développement économique et financier d'un autre pays ceux qui implique une croissance au niveau de la rentabilité économique

Ces exportations peuvent mettre en évidence les ressources et la capacité de production de l'entreprise pour lui permettre de tourner Les marchés extérieurs, pour se faire une place. Les opérations logistiques constituent une chaîne très organisée qui permet de maîtriser les flux physiques, financiers et d'information, mais son succès est étroitement lié à la fiabilité de chaque maillon de la chaîne.

Nous avons réussi détecter les points majeurs dans une exportation, et que le fait d'exporter n'est une chose facile, l'entrée sur le marché d'exportation nécessite des investissements spécifique de prospection, adaptation des produits, apprentissages des normes techniques et réglementation étrangères comme elle implique aussi des risques particuliers liés à la méconnaissance des marchés étrangers ou risques pays, c'est pour cette raison qu'on trouve les organismes et les dispositifs d'appui à l'exportation. et leurs aides précieuses dans cette activité d'exportation.

# **Liste bibliographique**

### Les ouvrages :

1. AMELON J-L, CARDEBA. J-M, « les nouveaux défis de l'internationalisation », De Boeck 1ereedition, 2010, p200.
2. BERNET. R : « Principe de technique bancaire », 25eme éditions DUNOD, Paris, 2008, p355.
3. BRAHIM GUENDOUZI « Relations économiques internationales » Editions el Maarifa 2008 pp 69-70
4. DENISA MIHAELA STANSCU, SABINE INARD PATUREL, « BTS Commerce International », paris 2013, p.78.
5. Désiré Loth, « L'Essentiel des techniques du commerce international », p38,paris, 2009
6. Emmanuel D. Kam Yogo, « LE DROIT DOUANIER DE LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE ET MONÉTAIRE DE L'AFRIQUE CENTRALE À L'ÉPREUVE DES RÈGLES DE L'ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE », p107, quebec, 2009
7. Français M-julien, planification des chaînes logistiques : modélisation du système décisionnel et performance, thèse pour l'obtention de grade de docteur en productique, l'université bordeaux 1, 2007, page33
8. FREDERIC VENDEUVRE.PHILIPPE BEAUPR7 « gagner de nouveaux clients », DUNOD, paris, 2000, p7
9. GARSUAUULT.P, PRIAMI.S, « La banque : Fonctionnement et stratégies », édition ECONOMICA, Paris, 2002, p137.
10. GARSUAUULT.P, PRIAMI.S, « La banque : Fonctionnement et stratégies », édition ECONOMICA, Paris, 2002, p137.
11. GAVALDA et SOUFFLET, « Instruments de paiement et de crédit », Lithec, 5e édition, 2003, p100
12. Gerrard tessaud , « la douane, partenaire du commerce international »,p 103,paris, 2010.
13. Ghislaine Legrand, Hubert Martini "commerce international" edition 2 édition Dunod,paris p 148.
14. GHISLAINE LEGRAND, HUBERT MARTINI « Gestion des opérations import-export», DUNOD, Paris, 2008, p106

15. Guillochon Bernard, Kawecki Anne, « économie internationale », 6ème Edition, Dunod, Paris, 2009, P65.
16. Guillochons Bernard, Kawecki Annie, «économie internationale ». Edition, Dunod, 2006, p5.
17. Jean Y, Olivier G, dictionnaire d'économie et des sciences sociales, Edition Hatier, Paris, 2006, P101.
18. Karl Miville-de chêne, « LE COMMERCE INTERNATIONAL », 2006, p60.
19. LEGRAND.G, MARTINI.H : « commerce international », DUNOD, paris, 2008, P113.
20. LOTH.D, l'essentiel des techniques du commerce international, édite PUBLIBOOK, Paris, 2009, P60
21. MARIE-MADELEINE DAMIEN : « transport et logistique », DUNOD, paris, 2001, p115.
22. MONNIER PHILIPPE, MAHIER SANDRINE « les techniques bancaires », DUNOD, Paris, p71.
23. NAJI JAMMAL : « le commerce international : théorie, techniques et applications », édition RENOUVEAU PEDAGOGIQUE INC, 2005, p262.
24. NAJI JAMMAL « commerce international, mondialisation, enjeux et application » 2eme édition, Canada, 2009, p393.
25. NOUMEN Robert, les éléments de base de la logistique international, Paris, 2004, P.5.
26. PASCO-BERHO.C : « Marketing international », 4ème édition DUNOD, Paris 2002, P142.
27. PAVEAU.J, DUPHIL.F et les autres « exporter : pratique de commerce international », 2008, p201.
28. Robert NOUMEN « éléments de base de la logistique internationale » Editions MENAIBUC, page 5
29. YVES PIMOR : logistique : production, distribution soutien DUNOD ? 3EME 2DITION ? PARIS ? 2003 P4

### **Autre :**

1. GUIDE PRATIQUE DE L'EXPORTATEUR ALGERIEN P36.
2. Kosma-lacroze catherine « gestion des opérations d'import-export » épreuve 6, p91

3. Le guide de l'exportateur Algérien de la Banque National d'Algérie
4. MAYRHOFER. U : « management stratégique », édition Bréal, 2007, p106.
5. Ministère du Commerce, texte réglementaires régissant les fonds spécial pour la promotion des exportations direction de la promotion des exportations, p7
6. NORIGEON.P ? Notes de cours : logistique et e-business, p.6, p7.
7. PASCO BEHRO « Marketing International », DUNOD, 2000, p 63-70.
8. Pasco. C «marketing international », Edition, Dunod, Paris, p45
9. Terminologie en transports combinés, Conseil économique et social des Nations unies, 1er février 2000

### **Les mémoires et les thèses :**

1. 3. KARL MIVILLE-DE CHAENE, le commerce international, par contact monde, P 80.
2. Cherrou Kahina « compétitivité dans le cadre de mondialisation : Etude comparative de l'industrie automobile » mémoire de magistère en économie et finance internationale, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, année 2013-2014, P27.
3. GUENDOUI. B., « l'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur », Faculté des Sciences Economiques et des Sciences de Gestion, Université « Mouloud MAMMERI », p. 6.
4. Mémoire sur Evolution, rôle et importance du transport dans le commerce international M.KOUANDA 2009-2010.

### **Les sites internet :**

1. <https://www.caci.com/>
2. <https://www.safex.dz/>
3. [www.algex.dz](http://www.algex.dz)
4. [www.cagex.dz](http://www.cagex.dz)
5. <https://intia.fr/fr/infast/factor>
6. <https://www.sendcloud.fr/facture-commerciale-int/>
7. [www.globalnegotiator.com](http://www.globalnegotiator.com)
8. <https://www.etudier.com/dissertations/Marketing/59301.html>
9. [https://www.cotedor.cci.fr/sites/default/files/documents/developpement\\_de\\_votre\\_entreprise/gerer\\_vos\\_formalites](https://www.cotedor.cci.fr/sites/default/files/documents/developpement_de_votre_entreprise/gerer_vos_formalites)
10. <https://leader-s.fr/etude-de-marche-comment-la-realiser-de-facon-efficace/>



11. <https://www.etudier.com/dissertations/Marketing/59301.html>
12. <https://mind.prism srl.it/wp-content/uploads/2017/02/26.Choosing-a-transport-solution.pdf>
13. <http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Transit-douane/Assurance-transport-marchandises.html>
14. <https://www.assurance-et-mutuelle.com/assurance/definition-assurance.html>
15. <https://www.acharkaoui.com/wp-content/uploads/2008/07/logistique-travers-definitions1.pdf>
16. <https://thepremierees.blog4ever.com/41-les-grandes-evolutions-du-commerce-internationales>

# **Annexes**

Annexe N° 01



Société par actions au capital de 2.000.000.000 DZD  
 RC N° : 00 B 0183268 du 05/08/2009  
 NIF : 000006018326879  
 Article : 00200041041300000581  
 NIS : 099806250344426

13/12/2016

**FACTURE**  
 N° 230/2016

Client

Nom ou R.SAdresseCoordonnée bancaire

Compte N°

N°	DESCRIPTION	QTY (unité)	UNIT PRICE	TOTAL VALUE
1	FOND 10KG SANS IMPRESSION	16 500		€
	COUVERCLE 05KG IMPRIMEE	12 600		€
	COUVERCLE 10KG S/IMP	7 350		€
	POIDS NET	8 751.45		
	POIDS BRUT	9 535.45		
	NOMBRE PALETTES	28,00		
	NOMBRE DE COLIS	28,00		
			Valeur totale	0.00 €

Incoterm: CPT

Origine de la marchandise: Algérie

Destination: TunisiePaiement Par: Transfert Libre 60 jours date factureCoordonnées Bancaires

BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE. AGENCE BEJAIA 41

R.I.B. 00200041041300000581

Swift: BEXADZAL041

Annexe N° 02



Société par actions au capital de 2.000.000.000 DZD  
RC N° : 00 B 0183268 du 05/08/2009  
NIF : 000006018326879  
Article : 00200041041300000581  
NIS : 099806250344426

13/12/2016

**LISTE DE COLISAGE**ClientNom ou R.S:Adresse:

N°	DESCRIPTION	U/M	POIDS NET: KG	Quantité	Nombre Palettes
1	COUVERCLE 05KG IMPRIMEE	Unité	1 789,20	12 600	6 Palettes
2	FOND 10KG SANS IMPRESSION	Unité	4 867,50	16 500	15 Palettes
3	COUVERCLE 10KG S/IMP	Unité	2 094,75	7 350	7 Palettes
Remorque N°	00491-809-06				
Facture	N°230/2016	DU	13/12/2016		

Nombre de palettes	28
POIDS NET: KG	8 751,45
POIDS BRUT: KG	9 535,45

Siège social : BP 63<sup>E</sup> ZAC Taharacht 06001 Akbou, Béjaïa, Algérie. Web : www.generalemballage.com



Annexe N° 03



Société par actions au capital de 2.000.000.000 DZD  
RC N° : 00 B 0183268 du 05/08/2009  
NIF : 00006018326879  
Article : 00200041041300000581  
NIS : 099806250344426

**Akbou le : 13/12/2016**

**A Monsieur l'inspecteur  
Principal aux Sections des  
Douanes de Bejaïa**

**Objet: E N G A G E M E N T**

**De Rapatriement de Fonds**

Régime:

D11:

Date

Nous soussignés, S.p.a. GENERAL EMBALLAGE sise à la ZAC Taharacht Akbou, nous nous engageons à vous remettre l'attestation de rapatriement de fonds de l'Exportation de Carton Ondulé, réalisée suivant la facture numéro **230/2016 du 13/12/2016**, d'un montant de **7 779 .00 Euros**, domiciliée par BEA Bejaïa sous le N° 060302/2016/4/CT/00052/EUR du 14/12/2016 et ce dans les délais réglementaires.

**Le Président Directeur Général**

Annexe N° 04



Société par actions au capital de 2.000.000.000 DZD  
RC N° : 00 B 0183268 du 05/08/2009  
NIF : 00006018326879  
Article : 00200041041300000581  
NIS : 099806250344426

**Akbou le 13/12/2016**

### **Déclaration sur l'honneur**

Nous soussignés, SPA Général Emballage sise à la ZAC Taharacht, Akbou, Béjaia déclarons sur l'honneur que la marchandise mentionnée sur la facture N°230/2016 du 13/12/2016 d'un montant de 7 779 .00€ ,est bien conforme a celle indiquée dans la liste de colisage correspondante et est d'origine algérienne.



**Le Président Directeur Général**

Annexe N° 06

## CAR LETTER

<b>1 Expéditeur (nom, adresse, pays)</b>			<b>Lettre de Voiture International - CMR</b>			
S.P.A GENERAL EMBALLAGE ZAC de Taharacht, Akbou Akbou 06001 w Bejaia Algérie			This carriage is subject, notwithstanding any clause to the contrary, to W Bejaia ALGERIE the Convention on the Contract for the international Carriage of Goods by Road (CMR).			
<b>2 Destinataire (nom, adresse, pays)</b>			<b>16 Transporteur (nom, adresse, pays)</b>			
CLIENT			TMF LOGISTICS SPA TR:03543 513 06 SR:00491-809-06 Frais de transport pour le client]			
<b>3 Lieu prévu pour la livraison de la marchandise</b>			<b>17 Transporteur successifs (nom, adresse, pays)</b>			
Place: Km 3 Route Beni Khellad Country/Pays: Tunisie			Point de passage:BOUCHEBKA			
<b>4 Lieu et date de la prise en charge de la marchandise</b>						
Place: Akbou Country: Algérie Date:						
<b>5 Documents annexés</b>			<b>18 Reserves et observations des transporteurs</b>			
Facture N°230/2016 Liste de colisage certificat d'origine						
<b>6 Marques et numéros</b>	<b>7 Nombre des Colis</b>	<b>8 Mode d'emballage</b>	<b>9 Nature de la marchandise*</b>	<b>10 No statistique</b>	<b>11 Poids brut, kg</b>	<b>12 Cubage m³</b>
	6		Embalage en carton	48 19 10 00	1957.2	
	15		Caisse en carton		5287.5	
	7		Caisse en carton		2290.75	
<b>Classe</b>	<b>Chiffre</b>	<b>Lettre</b>	<b>(ADR)</b>			
<b>13 Instructions de l'expéditeur (formalités douanières et autres)</b>				<b>19 payable par</b>	<b>L'expéditeur de l'argent</b>	<b>récepteur</b>
				Transport cost Discount Price down Supplement Incidental expense Diverse		
<b>14 Repayment</b>			<b>20 Conventions particulières</b>			
<b>15 Prescription d'affranchissement</b>						
Free Franco/fret						
Unfree Non Franco/fret						
21 Fait a Akbou Le 13/12/2016			23			
22 Signature ou timbre de l'expéditeur			24 Réception des marchandises			Date

Annexe N° 06

		Bureaux de Tunis : 5, Av de Paris / Boumhel El Bassatine - 2097 Ben Arous / Tunisie Tel : +216-79 395 308 / Fax : +216-79 395 309 - tunis.contact@generalemballage.com											
BON DE COMMANDE INTERNE N° 150/2016													
Client:		Date:	04/12/2016										
Code Client:	CO1400	Adresse de Livraison: Km 3 Route Béd Khaled 8030 - Grombala Date de livraison souhaitée client: 12/12/2016											
BC Client N°:	29/2016	Nombre (Remarque):	1										
		Date de mise à quel demandé: 07/12/2016											
Code article	Réf. Client	Désignations	Qté Commandes	Dimensions	Cart.	Base papier	Qté / Palettes	Nbr. Palettes	Qté à livrer	Prix Unit.	Total	Dim palettes	encombrement
CO1400E1		COUVERCLE 5 KG IMPRIME DAT CHA	12000	394x290x70	B	3	2100	6	12000	000€	0 €	1110x700x2400 (Palette 1200x800)	1312x700x2400
EX01146- EX16100473- CO1400D1		Fond 10kg sans impression SKB140/HS165/KE140	16500	430x334x120	C	2	1100	15	16500	00 €	00	1340x820x2350 (Palette 1200x800)	1340x820x2350
EX01145- EX16100474- CO1400F1		Couvercle 10kg sans impression SKB140/HS165/KE140	7500	434x317x120	C	2	1100	7	7500	00 €	00	1110x950x2350 (Palette 1200x800)	1200x950x2350
Mode de Paiement: Transfert Libre 60 jours date facture										Total Commande: 00			
Situation des créances du client										Remise		Comptabilisation sur Facture IV	
Total Créances: 80 376.49 €										Total après Remise:			
Valeur Commandes en cours:			Encours Total Client:			Quote CASIX:			88 239.49 € / 74 783.00 €				
Observations:		1) Pour le couvercle 5 kg imprimé DAT/CHA, merci d'utiliser les plaques qui sont produites au nom du client NOZHA DATTE et qui a été annulé. 2) utiliser des palettes EURO 1200x800 (mais lors du calcul de l'empilage on s'est référé à l'encombrement)											
Révisé au BU de Tunis						Codex réservés au Service Export - Abbeu							
Visa Client du client		Vérification Etudes et Méthodes		Vérification Service Commercial BU		Vérification ARBOU		Dérogation					
						Reçu le							
						Révisé par							
						Date facturation Probable							



Annexe N° 07



Société par actions au capital de 2.000.000.000 DZD  
RC N° : 00 B 0183268 du 05/08/2009  
NIF : 00006018326879  
Article : 00200041041300000581  
NIS : 099806250344426

**Akbou le 13/12/2016**

## **ENGAGEMENT** **De Rapatriement de Fonds**

Nous soussignés, S.p.a. Général Emballage sise à la ZAC Taharacht Akbou, nous nous engageons à réaliser le rapatriement de fonds de l'Exportation de Carton Ondulé, réalisée suivant la facture N°230/2016 du 13/12/2016 d'un montant de 7 779 .00€ et ce dans les délais réglementaires.

**Le Président Directeur Général**

Annexe N° 08

INDUSTRIE DU CARTON ONDULE  
CORRUGATED CARDBOARD INDUSTRYSociété par actions au capital de 2.000.000.000 DZD  
RC N° : 00 B 0183268 du 05/08/2009  
NIF : 00006018326879  
Article : 00200041041300000581  
NIS : 099806250344426

Akbou 13/12/2016

Raison Social de l'expéditeur: **S.P.A GENERAL EMBALLAGE**  
 Adresse: **ZAC de Taharacht, Akbou**  
 N° Registre de commerce: **00 B 0183268 du 05/08/2009**  
 N° Identification statistique: **099806250344426**  
 N° de Compte Devis: **00200041041300000581**  
 Numéro NIF: **00006018326879**

**Objet: DEMANDE DE DOMICILIATION BANCAIRE A L'EXPORT**

Messieurs,

Nous vous demandons de bien vouloir procéder à la domiciliation à l'Export de l'opération détaillée ci-après

Client (Nom + Adresse):

Facture: pro-forma/Commerciale/Contrat N°: **230/2016 du 13/12/2016**  
 Mode de paiement: **Transfert Libre 60 jours date facture**  
 Désignation de la marchandise: **Carton Ondulé**

**VENTILATION PAR POSITION TARIFAIRE**

Tarif Douanier	Nature du Produit	Quantité (unité)	Prix Unitaire	Montant global Devis
	FOND 10KG SANS IMPRESSION	16 500		€
48081000	COUVERCLE 05KG IMPRIMEE	12 600		€
	COUVERCLE 10KG S/IMP	7 350		€
			Montant CPT	€

Les renseignements repris ci-dessus vous sont communiqués sous notre entière responsabilité et nous vous dégageons de toutes les conséquences qui peuvent éventuellement en découler.


De même que nous nous engageons par la présente à prendre en charge le risque qui pourrait éventuellement résulter de cette opération.

Veuillez, agréer, Messieurs, Nos Salutations Distinguées,

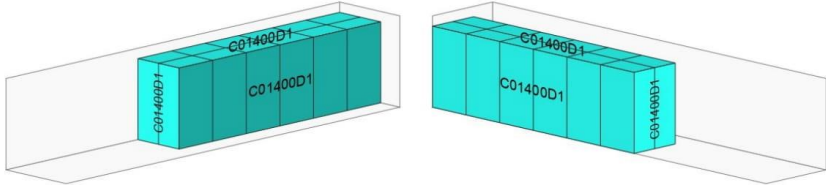
**Akbou le: 13/12/2016**  
**Signature et cachet**

Annexe N° 09

Date:



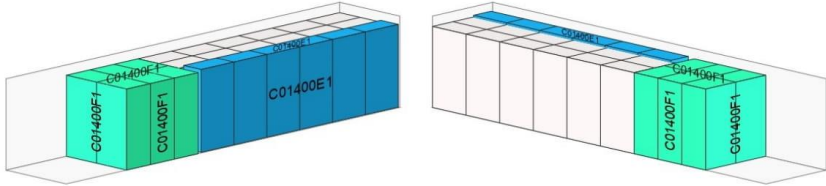
view from front-right view from front-left



block C01400D1 - qty 12 | wg 0.00 cu.ft  
[6x2x1] @ [0 0 0] (Ready After entering data, select "Aut#)

end of snap view # 1 - axis unit: Ready

view from front-right view from front-left



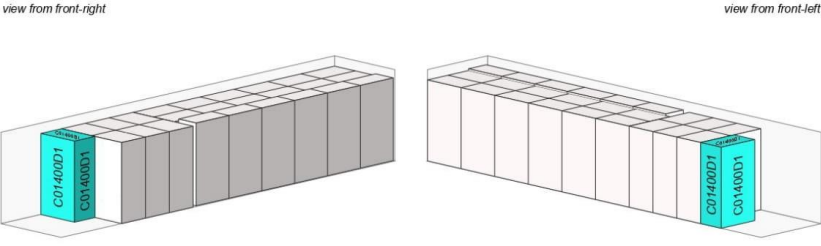
block C01400F1 - qty 6 | wg 0.00 cu.ft  
[3x2x1] @ [8040 0 0] (Ready After entering data, select #

block C01400E1 - qty 6 | wg 0.00 cu.ft  
[6x1x1] @ [0 1640 0] (Ready After entering data, select #

end of snap view # 2 - axis unit: Ready

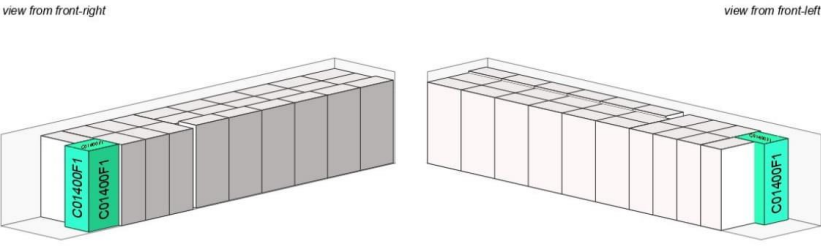
Annexe N° 09 (suite 1)

Created on Thu Dec 1 2016 09:43:02 am



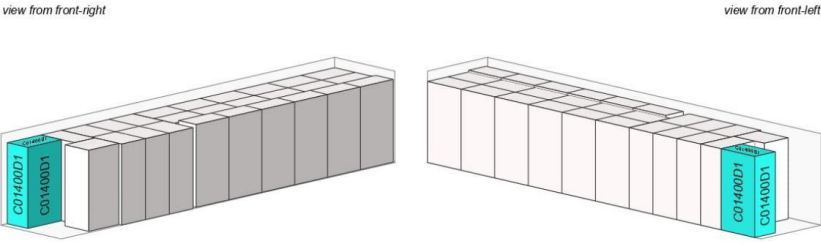
block C01400D1 - qty 1 | wg 0.00 cu.ft  
[1x1x1] @ [10890 0 0] (Ready After entering data, selec#

end of snap view # 3 - axis unit: Ready

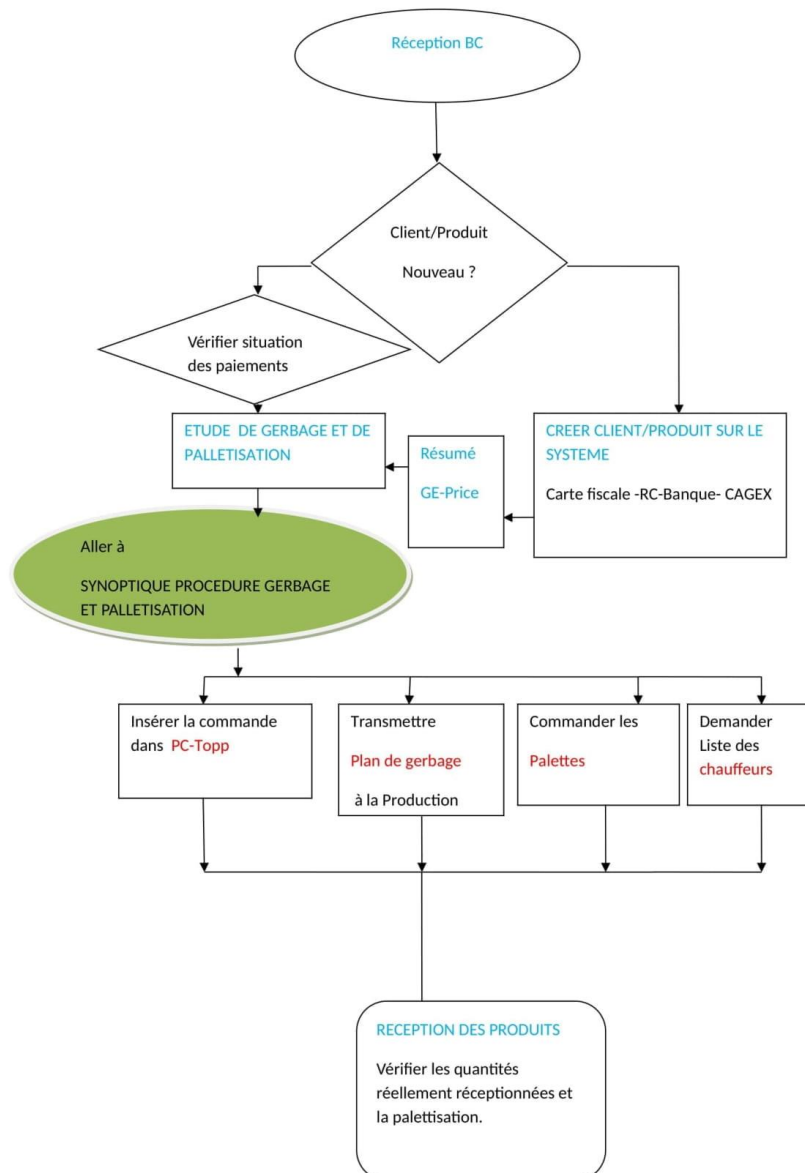


block C01400F1 - qty 1 | wg 0.00 cu.ft  
[1x1x1] @ [10890 1340 0] (Ready After entering data, s#

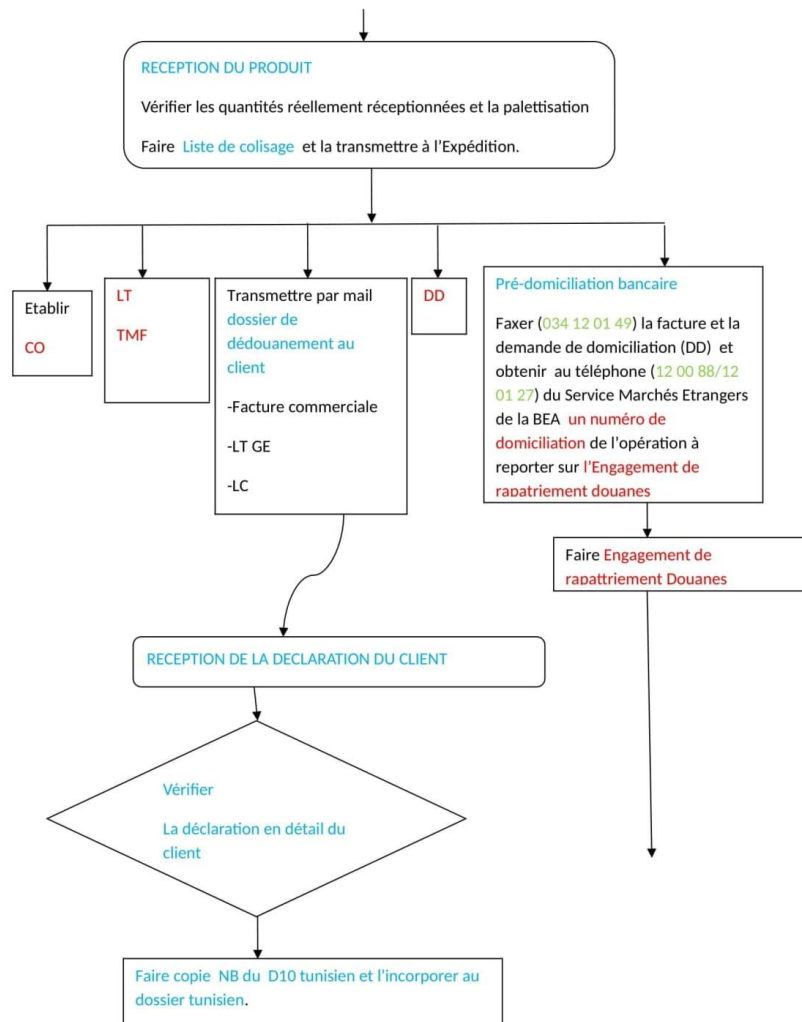
end of snap view # 4 - axis unit: Ready



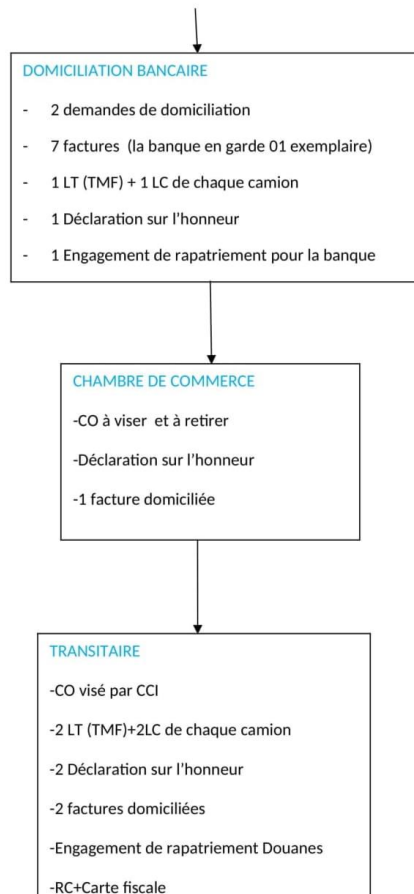
## Annexe N° 10



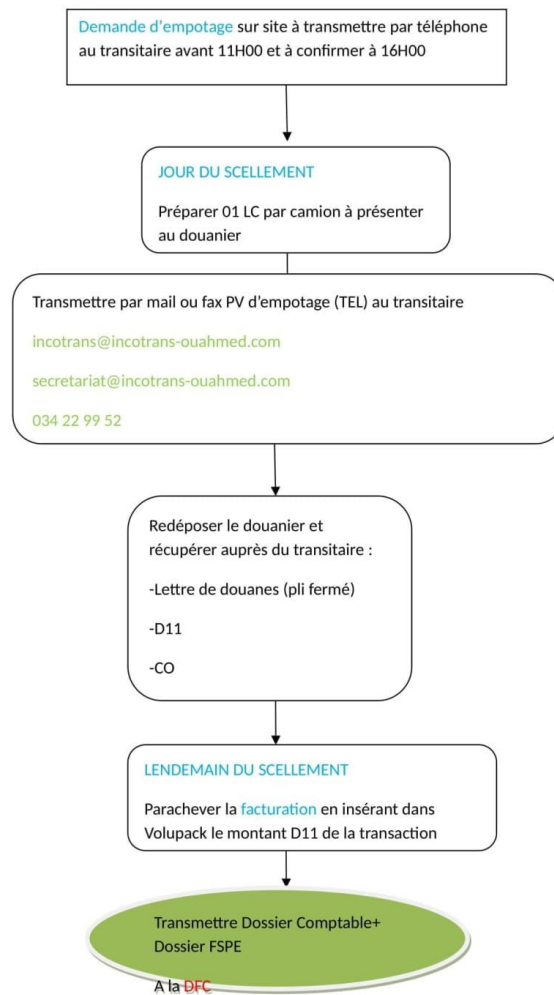
Annexe N° 10 (suite 1)



## Annexe N°10 (suite 2)



Annexe N° 10 (suite 3)





## Annexe N° 10 (suite 4)

### DOSSIER A REMETTRE A CHAQUE CHAUFFEUR POUR ETRE PRESENTE AU POSTE FRONTALIER

(Enveloppe portant le nom du chauffeur+Numéro de facture+ Matricule du camion).

- Facture domiciliée (Au moins un original par convoi)
- Copie LT+LC du camion
- Copie Déclaration sur l'honneur
- Copie Engagement de rapatriement Douanes
- Copie D11
- Copie CO

### DOSSIER A REMETTRE AU CHEF DE FILE DES CHAUFFEURS

- Facture domiciliée
- LT+LC de chaque camion
- Déclaration sur l'honneur
- Engagement de rapatriement Douanes
- Copie D11
- Certificat d'origine



Lettre des douanes algériennes (Pli fermé)



Déclaration client si celui-ci n'a pas de transitaire

# **Table des matières**

**TABLE DES MATIERES :**

**INTRODUCTION**

**GENERALE.....1**

**section 01 EVOLUTION DES ECHANGES INTERNATIONAUX .....5**

.1 Les importantes évolutions des échanges commerciaux depuis 1945 .....5

1.1 L'explosion du commerce international depuis 1945.....5

1.2 Les nouvelles théories du commerce international.....7

1.3 Les fondements théoriques de la multinationalisation des firmes .....9

**section 02 CONCEPT DE BASE SUR LA LOGISTIQUE ET LA CHAINE**

**LOGISTIQUE.....11**

.1 NOTION SUR LA LOGISTIQUE:..... 11

1.1 DEFINITION DE LA LOGISTIQUE :..... 11

1.2 LES ENJEUX DE LA LOGISTIQUE ..... 12

1.3 LE ROLE ET LES OBJECTIFS DE LA LOGISTIQUE..... 13

1.4 LES MISSIONS DE LA LOGISTIQUE..... 14

1.5 Les différents types de logistique ..... 15

.2 PRINCIPES DE BASE DE LA CHAINE LOGISTIQUE (supply chain) ..... 16

2.1 Définition de la chaîne logistique ..... 16

2.2 Les flux de la chaîne logistique ..... 17

2.3 La mise en place d'une chaîne logistique ..... 20

**section 03 LA LOGISTIQUE INTERNATIONALE .....21**

.1 Définition de la logistique internationale ..... 21

.2 Importance de la logistique internationale dans l'exportation : ..... 22

.3 Les intervenants de la logistique internationale ..... 22

.4 Les incoterms ..... 23

4.1 Distinction des incoterms selon le mode de transport utilisé : ..... 24

4.2	Distinction des incoterm selon libération des obligations du vendeur .....	26
4.3	Distinction des incoterm selon les formalités douanières .....	27
.5	Modes de transport .....	28
5.1	Le transport terrestre : .....	28
5.2	Le transport maritime : .....	28
5.3	Le transport aérien : .....	28
5.4	Le transport ferroviaire : .....	28
5.5	Le transport fluvial : .....	28
5.6	Le transport postal : .....	29
5.7	La mise en œuvre des opérations de transport : .....	30
5.8	Choix d'une solution de transport : .....	33
5.9	Des critères pour choisir le mode de transport .....	33
.6	LES RISQUES A L'INTERNATIONAL .....	34
.7	L'assurance à l'international : .....	35
7.1	Les acteurs de l'assurance et types de polices : .....	36
.8	Les instruments et technique du paiement à l'international .....	38
8.1	Les instruments de paiement : .....	38
8.2	Les techniques du paiement à l'international .....	39
	<b>section 01 LES ETAPES DE L'ACTIVITE D'EXPORTATION.....</b>	<b>43</b>
.1	Définition de l'activité d'exportation .....	43
.2	Les formes d'exportation : .....	43
2.1	Exportation directe : .....	43
2.2	Exportation indirecte : .....	44
2.3	Sortie associée ou sortie collaborative : .....	44
.3	Les étapes de l'opération d'exportation .....	45
3.1	La démarche export et ses phases .....	45
3.2	L'étude de marché à l'international .....	46

3.3	La prospection des marchés étrangers.....	47
<b>section 02 LA PROCEDURE D'EXPORTATION .....</b>		<b>48</b>
.1	Le contrat de vente à l'international :.....	48
1.1	La formation de contrat de vente à l'international .....	50
1.2	Obligations de l'Acheteur et du Vendeur.....	50
1.3	Les documents d'accompagnement à l'export :.....	52
.2	La procédure de dédouanement : .....	56
2.1	Déclaration des marchandises : .....	56
2.2	Le contrôle et la vérification de la déclaration : .....	58
<b>section 03 DISPOSITIFS D'AIDES ET FACILITATIONS DES EXPORTATIONS</b>		
<b>58</b>		
.1	LES ORGANISMES D'APPUI AUX EXPORTATIONS : .....	59
1.1	L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX).....	59
1.2	Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)	60
1.3	Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE).....	62
1.4	La Chambre Algérienne du Commerce et d'Industrie (CACI).....	63
1.5	La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) :.....	64
.2	AVANTAGES ET FACILITATIONS ACCORDEES AUX EXPORTATIONS :	65
2.1	Exonération en matière d'impôts directs et taxes assimilées - TAP et IBS.	65
<b>section 01 PRESENTATION DE GENERAL EMBALLAGE .....</b>		<b>68</b>
.1	Présentation de l'entreprise GENERAL EMBALLAGE : .....	68
.2	Création de l'entreprise : .....	69
.3	Historique : .....	69
.4	Situation géographique :.....	70

.5	Objectifs de l'entreprise Général emballage.....	72	
.6	La position de General Emballage dans le marché national.....	72	
.7	Les Activités de GENERAL EMBALLAG : .....	74	
.8	Organigramme de G.E.....	74	
<b>section 02 LES CRITERES ET LES ELEMENTS DE BASE DE LA</b>			
<b>DEMARCHE EXPORT DE GENERAL EMBALLAGE : .....</b>			<b>76</b>
.1	Les moyens logistiques :.....	76	
.2	Analyse de la démarche d'exportation de Général Emballage .....	77	
2.1	L'objectif de l'exportation de Général Emballage.....	77	
2.2	Le mode de financement adopté par Général Emballage.....	78	
2.3	Mode de transport utilisé par l'entreprise .....	78	
.3	Diagnostic export de Général Emballage .....	79	
.4	Les produits destinés à l'exportation.....	83	
.5	Degré de préparation de Général Emballage à l'export .....	85	
.6	Prospection des clients à l'export.....	85	
.7	Problèmes est risques confrontés pas SARL GE .....	85	
7.1	Problème de casse et détérioration :.....	86	
7.2	. Problèmes extérieurs : .....	86	
7.3	Problème de l'exportation : .....	87	
<b>section 03 PROCEDURE D'EXPORTATION DE GENERAL EMBALLAGE : 87</b>			
.1	Réception de bon de commande .....	87	
.2	Envoi de la commande à la production .....	87	
.3	Réception du produit au sein du service production .....	88	
.4	Étape d'expédition de la marchandise.....	88	
.5	Documents à envoyer lors de l'opération d'exportation de Général Emballage	89	
5.1	Pièces du dossier export .....	89	
5.2	Documents à envoyer pour la domiciliation .....	90	

## **Table des matières**

---

---

5.3	Documents à envoyer à la chambre de commerce .....	90
5.4	Documents à adresser au transitaire.....	90
5.5	Dossier à remettre à chaque chauffeur à présenter au poste frontalier .....	90
5.6	Dossier à remettre au chef de file des chauffeurs.....	91
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>		<b>92</b>

### **BIBLIOGRAPHIE**

### **ANNEXES**

## **Résumé**

Aujourd'hui, le commerce évolue de plus en plus au niveau international, et les entreprises productrices et exportatrices, développent des marchés dans plusieurs pays, cet engagement nécessite un suivi pour pouvoir être à la mesure de rentrer en concurrence avec les anciens acteurs de ce domaine en mettant des biens/service à la disposition du clients comme souhaité, autrement dit, pour assurer la partie essentiel pour cette réussite l'entreprise mettra en place un service logistique.

La logistique est l'élément déterminant de la compétitivité des opérations de commerce international depuis la naissance jusqu'à la consommation finale du produit, en intégrant le concept « supply chain » dans toutes les fonctionnalités e l'entreprise.

Dans le cadre de notre travail, nous avons essayé d'expliquer la stratégie d'exportation appliquée par SARL GENERAL EMBALLAGE pour devenir le leader de l'industrie du carton ondulé, elle est même la première du classement africain dans son domaine. par sa qualité et sa stratégie de diversification de produit à l'international. et beaucoup plus par ses ambitieux objectifs.

**Mots clés :** La logistique, la chaîne logistique, les exportations, la douane, incoterm



## **Abstract**

Today, trade is increasingly evolving at the international level, and producing and exporting companies are developing markets in several countries. This commitment requires follow-up in order to be able to compete with the old players in this field by making goods/services available to customers as desired, in other words, to ensure the essential part of this success, the company will set up a logistics service.

Logistics is the determining element of the competitiveness of international trade operations from the birth to the final consumption of the product, by integrating the concept of "supply chain" in all the functionalities of the company.

In the framework of our work, we have tried to explain the export strategy applied by SARL GÉNÉRAL EMBALLAGE to become the leader of the corrugated cardboard industry; it is even the first in the African ranking in its field. by its quality and its strategy of diversification of product at the international level and much more by its ambitious objectives.

**Key words:** logistics, supply chain, exports, customs, incoterm