

I. ANALYSE ORGANISATIONNELLE DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX

Le commerce international ne peut se développer que dans un cadre institutionnel approprié à l'intérieur duquel sont garanties la liberté et la sûreté des transactions. Les participants à l'échange bénéficient, en outre, dans leur propre pays, de dispositifs de soutien pour l'accès aux marchés étrangers.

A. LE CADRE INSTITUTIONNEL INTERNATIONAL

1. au niveau mondial

Ces accords à vocation commerciale ou financière ont été négociés, au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, dans le cadre de l'ONU.

a. Les accords pour développer les échanges

- L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) - www.wto.org

L'objectif de l'Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce (GATT ou General Agreement on tariffs and trade), créé en 1947 pour développer le libre-échange et le multilatéralisme, tendait vers l'abandon progressif et généralisé des droits de douanes (négociations commerciales multilatérales ou rounds), la suppression de toutes barrières non tarifaires, et l'abolition des mesures discriminatoires dans les échanges commerciaux. Malgré des résultats sensibles dans un certain nombre de

domaines (près de 40 % de baisse des droits de douane des pays industrialisés par exemple et diminution des restrictions quantitatives), des divergences d'intérêt, notamment entre grandes zones régionales, subsistent. Le commerce international se trouve dans une impasse.

Le GATT est remplacé, en 1995, à la suite de sept laborieuses années de négociations de l'Uruguay Round, par l'OMC, institution dont les attributions doivent permettre l'encadrement des échanges internationaux (mesures antidumping, surveillance des clauses restrictives dans les appels d'offres, définition et harmonisation des normes, vérification de l'application des accords de l'Uruguay Round).

Applications

- . La Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le développement (CNUCED) - www.unctad.org

Les pays en développement, convaincus que le GATT ne leur est pas favorable, convoque, en 1964, une Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement. Elle a pour vocation d'améliorer la participation des pays les moins développés au commerce international. La CNUCED devient le lieu privilégié du dialogue Nord-Sud. Elle est à l'origine du système généralisé des préférences (SGP), des accords par produit (matières premières comme l'étain, produits de base) pour la stabilisation des cours, du code de conduite maritime pour le partage des lignes et des accords sur les montants des aides publiques au développement.

- . L'Organisation de Coopération et Développement Economique (OCDE)

L'OCDE - www.oecd.org - instituée au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale pour faciliter la reconstruction de l'Europe dans le cadre du plan Marshall, est devenue

aujourd'hui un centre d'études et d'analyse des politiques économiques mises en oeuvre par les principaux pays développés (Europe, Amérique du Nord, Japon, Australie, Nouvelle-Zélande, Corée). On parle à ce sujet de " Club des riches ".

- Le Fonds monétaire international (FMI)

Le Fonds Monétaire International - www.imf.org - a été créé en 1944 par la Conférence de Bretton-Woods pour organiser les relations monétaires internationales et veiller au respect des règles du traité signé. Aujourd'hui, le rôle du FMI consiste à aider les pays qui en font la demande, soit techniquement dans la gestion de leurs problèmes d'endettement, soit financièrement en accordant des crédits internationaux. La contrepartie de cette aide est un fort pouvoir d'ingérence du FMI dans l'orientation des politiques économiques nationales.

- La Banque Mondiale - www.worldbank.org

Créée en même temps que le FMI, elle regroupe la BIRD (banque internationale pour la reconstruction et le développement) spécialisée dans le financement de projets d'infrastructure, l'AID (association internationale pour le développement) qui consent des prêts à des conditions privilégiées aux pays en développement, et la SFI (Société Financière Internationale) qui soutient les initiatives privées débouchant sur des projets rentables. Son action s'inscrit dans la durée. Elle prend en charge des projets en faveur des pays du Tiers-monde qui ne pourraient pas être financés par des moyens classiques.

- La Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement (BERD) - www.ebrd.com

La BERD a été créée en 1991 pour aider les pays d'Europe Centrale et Orientale engagés dans un processus de démocratisation à réussir leur transition vers l'économie de marché. Les financements attribués doivent concerner essentiellement les projets d'investissement rentable du secteur privé.

- La Banque Centrale Européenne (BCE) - www.ecb.int/

Créée le 1^{er} juin 1998, La BCE est devenue réellement opérationnelle depuis le 1^{er} janvier

1999, avec la naissance officielle et la mise en place de l'euro. Elle est l'organe exécutif du Système européen des banques centrales, composé des banques centrales des pays membres et de la BCE. Elle est responsable de la politique monétaire de l'Union Européenne. Sa mission principale sera d'assurer la stabilité des prix au sein de la zone euro, condition nécessaire à une croissance durable.

2. Les accords interrégionaux

De nouvelles formes d'échanges, plus ou moins teintées de protectionnisme, se développent depuis une quarantaine d'années, à l'intérieur de zones géographiques régionales, plus ou moins intégrées.

On distingue tout d'abord les zones de libre-échange à l'intérieur desquelles sont supprimés les barrières douanières tarifaires et non tarifaires.

On trouve ensuite l'union douanière qui est une zone de libre échange avec un tarif extérieur commun.

Le degré suivant d'intégration économique est le marché commun qui autorise, au sein d'une union douanière la libre circulation des hommes, des marchandises et des capitaux. Ensuite viennent l'union économique, marché commun dans lequel les pays membres harmonisent leurs politiques économiques et l'intégration économique qui vise l'unification des politiques économiques et sociales.

a. les principaux accords régionaux

. Europe

NOM	COMPOSITION	CREATION	CARACTERISTIQUES
UE Union Economique	Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Pays-bas, Portugal, Royaume-Uni, Suède, Hongrie, Chypre, Tchéquie, Slovaquie, Pologne, Lituanie, Malte, Lettonie, Estonie, Slovénie, Roumanie, Bulgarie	1957	Zone d'intégration économique
AELE www.aele.org Ass. Européenne de libre-échange	Islande, Liechtenstein, Norvège, Suisse	1959	Zone de libre-échange
CEFTA Accord de Visegrad	Tchéquie, Hongrie, Pologne, Slovaquie, République tchèque, Slovénie, Bulgarie, Roumanie	1991	Zone de libre-échange en 200... La CEFTA se meurt, vive la CEFTA
EEE Espace économique européen	UE + AELE	1994	Zone de libre-échange
EEEM Espace économique euro-méditerranéen	UE + 12 pays méditerranéens (Algérie, Autorité palestinienne, Chypre, Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Malte, Maroc, Mauritanie, Syrie, Turquie)	1995	Zone de libre-échange d'ici 2010

. Afrique

NOM	COMPOSITION	CREATION	CARACTERISTIQUES
<p>CEDEAO</p> <p>Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest</p> <p>http://www.ecowas-fund.org/</p>	<p>Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali, Mauritanie, Niger, Nigéria, Sénégal, Guinée, Libéria, Sierra Léone, Ghana, Cap-vert, Gambie, Guinée-Bissau, Togo</p>	1975	Projet de marché commun
<p>SADC</p> <p>Communauté de développement de l'Afrique Australe</p> <p>http://www.sadc.int</p>	<p>Afrique du Sud, Angola, Botswana, Congo RD, Lesotho, Malawi, Maurice, Mozambique, Namibie, Seychelles, Swaziland, Tanzanie, Zambie, Zimbabwe</p>	1992	Projet de zone d'intégration économique

. Asie

NOM	COMPOSITION	CRÉATION	CARACTÉRISTIQUES
ASEAN Ass. des nations du Sud-Est_ www.aseansec.org	Brunei, Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam, Laos, Cambodge, Myanmar	1967	Projet de zone de libre-échange

. Amérique

NOM	COMPOSITION	CRÉATION	CARACTÉRISTIQUES
<p>CACM www.sice.oas.org/trade/camerf.asp Marché Commun d'Amérique Centrale</p>	<p>Costa-Rica, Guatémala, Honduras, Nicaragua, Salvador</p>	<p>1960</p>	<p>Union douanière fortement perturbée par les conflits interrégionaux.</p>
<p>PACTE ANDIN www.comunidadandina.org</p>	<p>Bolivie, Colombie, Equateur, Pérou, Vénézuéla</p>	<p>1969</p>	<p>Projet d'Union douanière</p>
<p>CARICOM http://www.caricom.org/ Communauté des Caraïbes</p>	<p>Antigua, Bahamas, Barbade, Belize, Dominique, Haïti, Grenade, Jamaïque, Montserrat, St Kitts and Nevis, Guyana, Anguilla, St Vincent, Ste Lucie, Surinam, Tobago</p>	<p>1973</p>	<p>Projet de marché commun</p>
<p>MERCOSUR http://www.mercosur.org.uy Marché commun du Sud</p>	<p>Argentine, Brésil, Paraguay, Uruguay</p>	<p>1991</p>	<p>Zone de libre-échange</p>
<p>ALENA www.nafta-sec-alena.org Accord libre-échange américain</p>	<p>Canada, Etats-Unis, Mexique</p>	<p>1992</p>	<p>Zone de libre échange pour 2007</p>

. Moyen-Orient

NOM	COMPOSITION	CREATION	CARACTERISTIQUES
CCEAG Conseil de coopération des Etats arabes du golfe	Arabie Séoudite, Bahrein, Qatar, Emirats Arabes, Koweit, Oman	1981	Projet d'union douanière

• Pacifique

NOM	COMPOSITION	CREATION	CARACTERISTIQUES
ANZCERTA Accord commercial de rapprochement économique	Australie, Nouvelle-Zélande	1983	Zone de libre-échange
APEC http://www.apecsec.org.sg Asie Pacific Economic Corporation	ASEAN + ALENA + Australie, Chili, Chine, Corée du Sud, Japon, Nouvelle-Zélande, Nouvelle-Guinée, Russie, Pérou, Taiwan,	1989	Zone de libre-échange pour 2010

b) l'Union Européenne - www.europa.eu.int

L'Union Européenne, qui comprend désormais 27 états membres, est une union douanière, économique et monétaire qui vise à se transformer en une zone d'intégration économique et politique. Elle réalise 40 % du commerce mondial et compte actuellement 430 millions d'individus. Un projet de constitution, soumis à ratification, doit donner à l'Union Européenne, une cohérence politique, économique et sociale.

- . Étapes de la construction européenne

* Les traités de la construction

TRAITE DE PARIS	TRAITE DE ROME	TRAITE EURATOM	ACTE UNIQUE EUROPEEN	TRAITE DE MAASTRICHT	TRAITE AMSTERDAM	TRAITE DE NICE
1951	1957	1958	1986	1992	1997	2001
Création CECA (communauté européenne du charbon et de l'acier	Création de la communauté économique européenne	Création de la communauté européenne pour l'énergie atomique	Projet de création d'une union économique, monétaire	Création d'une union économique, monétaire et sociale	Politique sociale, étrangère et fonctionnement institutions	Vote à majorité qualifiée et fonctionnement institutions,

* Les pays de la construction

1958	1973	1981	1986	1995	2004	2007
Allemagne, Belgique, France, Italie, Luxembourg, Pays-Bas	Les 6 + Danemark, Irlande et Royaume-Uni	Les 9 + la Grèce	Les 10 + L'Espagne et le Portugal	Les 12 + l'Autriche, La Finlande, La Suède	Les 15 + La Tchéquie, la Pologne, la Hongrie, la Slovénie, la Slovaquie, La Lithuanie, la Lettonie, l'Estonie, Malte, Chypre,	Les 25 + La Bulgarie, La Roumanie

. Institutions communautaires

<u>Le Conseil Européen</u>	Réunion périodique des Chefs d'Etats et/ou de gouvernements et du Président de la Commission. Il fixe les orientations politiques générales dans les grands domaines de la construction européenne.
Le Conseil des Ministres	Réunion, en fonction des sujets traités, des ministres des Etats membres pour harmoniser les différentes politiques économiques. Dispose d'un pouvoir de décision. Assisté par le COREPER (comité des représentants permanents).
<u>La Commission Européenne</u>	Considéré comme l'exécutif . Elle prépare les travaux du Conseil des ministres et veille à l'application de ses décisions . Elle gère l'administration et le budget de l'Union. Elle contrôle et sanctionne l'application des traités.
<u>Le Parlement Européen</u>	Élus au suffrage universel depuis 1979, les députés européens, représentants des peuples des différents États membres détiennent, depuis 1992, un pouvoir de co-décision avec le Conseil. Contrôle activités communautaires et budget.
<u>le Comité Économique et social européen</u>	Rôle consultatif . Composé de membre représentant les groupes d'intérêt sociaux et économiques de chaque État membre. Donne son avis sur les propositions de textes soumis au Conseil.
<u>La Cour européenne de Justice</u>	Juridiction communautaire supranationale qui vérifie la légalité des décisions prises par les États membres. Elle peut infliger des sanctions financières aux États membres qui ne respecteraient pas les dispositions des traités signés.

- **Politiques communautaires**

La réalisation d'une intégration économique nécessite celle d'une unification des politiques économiques des États membres de l'UE. C'est d'abord dans le domaine de l'agriculture (1962) que le Traité de Rome a défini une politique commune sur la base

de trois grands principes qui sont ceux de l'existence d'un grand marché européen, de la préférence communautaire et de la solidarité financière. L'expérience de la politique agricole commune (PAC) permet de favoriser la modernisation de l'agriculture européenne. Cependant, l'administration de prix supérieurs à ceux du marché entraîne une logique productiviste et l'accumulation d'excédents de plus en plus coûteux, institue un système de subventions indirectes et amène des critiques extérieures de plus en plus virulentes. La réforme de la PAC, au début des années 1990, tente de limiter l'ampleur de cette prise en charge grâce à un système d'aide directe aux agriculteurs.

Par la suite, les différents accords permettent de mettre en oeuvre des actions communes dans de nombreux domaines ; politique douanière en matière de relation avec l'extérieur (accords de coopération avec certains pays), politique de la concurrence (ouverture des marchés publics et harmonisation des normes), politique fiscale (suppression des taux de TVA majoré, recherche d'une harmonisation), politique régionale (réduction des disparités pour des régions en reconversion industrielle ou en retard de développement), politique sociale (le Royaume-Uni ne participe pas à la mise en oeuvre de la politique sociale commune), relations avec les entreprises (développement d'outils en direction des petites et moyennes entreprises pour améliorer la communication et la coopération).

Marketing International : La prospection

Introduction :

A ce stade, on a des données sur :

- le diagnostic interne et externe
- On a sélectionné un mché cible
- On a réalisé une étude de marché
- Nous avons une stratégie de dvlp avec un mix prévu

• L'objectif de la prospection :

- Rechercher un ou plieur partenaires correspondant à notre stratégie de dvlp, pour pouvoir vendre dans le pays ciblé

==> Pour se faire, il faut approfondir notre connaissance du pays et rencontrer des prospects.

III- Les étapes du mktg international (3 étapes)

Approche macro ; choix du / des pays: connaissance partielle des marchés ; étude documentaire



Approche micro : étude du marché cible : connaissance + approfondie du marché. Études documentaires, quali, répétitive et ponctuelle



==> **intérêt du marché** : OUI ou NON; si Oui, Étude du mix mktg . Si non, on refait une étude macro en changeant de pays.

1) Les différents modes de prospection

A- La prospection depuis la France

- Mktg direct (mailing, publipostage...)
- Prospection d'intermédiaires en France (bureau d'achat étrangers en France, SCI (stés de commerce international), SAI (stés d'accompagnement à l'international), ...)
- Participation à des manifestations en France (foires, salons...)

B- La prospection à l'étranger

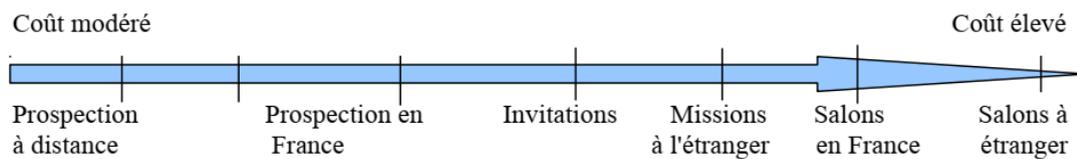
- Missions commerciales : - déplacement d'une durée limitée (seul ou aidé par CCI, Ubifrance, associations...)
 - Objectif : rencontrer des prospects en un minimum de tps
- Participation à des manifestations à l'étranger (salons, foires... pour présenter ses produits, rencontrer des prospects, affirmer sa présence)

2) Les critères de choix

A- Fonction des objectifs de l'entreprise

- Objectifs de la prospection : approfondir la connaissance du mché (donc je vais en tant que visiteur du salon), rencontrer des prospects (exposant ou visiteur), vendre ses pduits / faire connaître son entreprise (exposant)
- Objectifs à LT de l'entreprise : quel mode de présence. Ce dernier conditionne le choix de la prospection
- Objectifs quanti et quali

B- Fonction du coût de la prospection



Préparer la prospection

1) Recherche de prospects (intermédiaire, partenaire...)

A- Définir le profil : Qui? (fonction du mode d'accès choisi)

- Caractéristiques générales, gestion (taille, mode de gestion, capacité financière...)
- Caractéristiques commerciales (gamme de produits, image de marque, territoire de vente, pol de communication, de distribution, de prix, Force de vente...)
- Caractéristiques techniques (stockage, SAV, livraison)

B- Constituer une liste de prospects

VOIR PAGE 6 la liste des sites

Puis il faut savoir si ces prospects sont solvables... On peut s'adresser à :

- Banques
- Ubifrance/ MEE
- Cabinets
- COFACE (compagnie française du commerce extérieur)

2) Préparer les outils de la prospection

A- La documentation commerciale : traduction irréprochable!!!

- Catalogue
- Carte de visite
- Fiches Produit
- Argumentaire



Doivent être adaptés
au Pays !!!!

B- Les tarifs

- Tarifs
- Conditions générales de vente
- Délais de paiement, livraison
- Mode de paiement, transport
- Quelle devise
- Quel Incoterm : Qui fait quoi et jusqu'où
- Quels services rendus

C- Les produits présentés : doivent répondre aux attentes du mché

- Adaptation technique : réglementation, normes, habitudes de consommation, environnement physique
- Adaptation commerciale : Marque, brevet, conditionnement, esthétique, étiquetage, qualité

==> Faites-vous aider par la NOREX(pour savoir si notre produit est aux normes pour X dans un pays (www.norex.org ou www.afnor.org) ou l'INPI (www.inpi.fr))

D- L'entretien

- Spécificité du marché : protocole des affaires, perception du temps, de l'espace...
- Élaboration de l'argumentaire : préparer les objections, CAP
- Préparer l'entretien : les questions à poser au prospect, tenir compte de la culture, du para verbal et non verbal.

3) Planification et budgétisation (sur une ou plusieurs années)

- Objectifs :
Chronologie des tâches : responsabiliser et impliquer les différents services
- Budgétiser : calculer la rentabilité et obtenir des aides

4) Organisation matérielle de la prospection

- * Tenir compte de :
- la réglementation locale : douane/échantillon, visa, vaccin...
- www.douane.gouv.fr
- Contraintes pratiques : climat, jours fériés, organisation de la journée de travail, langues...
- organiser les tâches selon les modalités de prospection

A- Organisation des missions (planning du voyageur)

VOIR TABLEAU 3 PAGE 8

- Partir qq jours seul ou accompagné (CCI, Chambres syndicales, CCIFE..)
- Pour rencontrer un max de prospects en un min de tps
- Préparation 2 mois avant

B- Organisation des salons

- Préparation sur 6 à 18 mois minimum
- Inscription auprès du comité organisateur du salon
- Penser à la conception du stand : car 1er vecteur de communication ==> soigner la conception
- Promotion préalable auprès des visiteurs = invitation de clients français et étrangers ; Dossier presse...
- Organisation logistique : sélection des produits, fret, des personnels, du séjour...

La réalisation de la prospection

1) La réalisation (aller sur le terrain)

- Bien gérer son stand : lui donner vie (pduits, documentation, personnel sur place...)
- Proposer une offre fiable : complète, adaptée (délais fabrication, livraison, tarifs, couleur, taille...)
- Remplir les fiches prospects, récupérer cartes de visite
- Aller voir la concurrence

2) Assurer le suivi de la prospection

Exploiter immédiatement tous les contacts établis!!!

- **Les relations publiques** : remercier TOUS les visiteurs. Enregistrer et analyser ces contacts sur fichiers
- **L'exploitation commerciale** : traiter les demandes (échantillons, documentation, renseignements, commandes). Vérifier la notoriété des clients
- **Diffuser l'info** au sein de l'entreprise

L'offre commerciale

On ne peut l'élaborer qu'à partir du moment où l'on a trouvé des clients potentiels. On va leur faire des offres ciales. Ce devis est appelé : **Facture PROFORMA** (ou pro forma invoice)

1) Définition

a) Les caractéristiques de l'offre

- Engagement unilatéral (de l'entreprise envers son client) et ferme d'accomplir une obligation
- Doit avoir une date de validité
- Doit être précise, rigoureuse et adressée à une personne dénommée.

b) Le contenu de l'offre

- Désignation des produits : nomenclature, descriptif, quantité, niveau de qualité...
- **La devise** : prix unitaire, prix total
- Conditions de vente : **incoterm**
- Modes et modalités : livraison, paiement
- Délais : livraison, paiement
- **Validité de l'offre** (sinon elle est valable à vie!!!)
- Clauses particulières, CGV (= conditions générales de vente)

2) Les circuits de l'offre

- L'offre et la négociation :
 - tous les éléments sont négociables
 - après négociation, une nouvelle offre est élaborée
- Offre directe : Exportateur fait son offre directement aux clients, sans intermédiaire
- Offre indirecte : on passe par un agent commissionné
- Deux offres : C'est notre grossiste importateur qui nous demande un devis et il en transmettra un autre à son propre client
- Filiale mandataire : Maison mère qui commande à une filiale à destination. La filiale livre dans le pays, donc il n'y a qu'une seule offre
(ex : maison mère en France, filiale en Espagne, on a client en Allemagne)

3) Proposer un produit adapté

Un produit adapté au marché doit être adapté au niveau :

- Technique (normes de sécurité...)
- Commercial (packaging adapté au pays)
- Maintenance doit être assurée (SAV et mise en route)
- Bon acheminement du produit (en bon état et complet)

4) Fixer un prix d'offre

Le prix de l'offre est déterminé par :

- Le prix du marché
- Le prix de revient du produit
- Les objectifs de l'entreprise

Mais aussi par :

- Les taux de change
- Les taux d'inflation
- La réglementation des prix (ex : France fin des 80's où pdt 2 ans on a dû conserver les mêmes prix sur tout les produits)

Conclusion : * L'offre doit proposer un produit adapté au marché (normes, réglementations)
* Le prix de l'offre doit rester satisfaisant. Tenir compte du coût de revient et des contraintes du marché (taux d'inflation, taux de change, réglementation des prix...)
* L'offre doit contenir toutes les rubriques nécessaires et essentielles à une bonne transaction

Gestion de la commande

- Réception demande d'offre
- Élaboration de la pro forma
- Négociation sur l'offre tant qu'on n'est pas d'accord sur l'offre
- Réception de la commande
- Traitement de l'expédition de la commande (on lance la production si on est fabricant, si on importe la marchandise alors on passe la commande auprès du fournisseur...)
- Suivi de la commande

Documents extraits de la liasse :

- Accusé réception de commande (*acknowledgment of order*)
- Facture pro forma (*pro forma invoice*)
- Facture (*invoice*)
- Liste de colisage (*packaging list*)
- Certificat d'origine (*certificate of origine*) et autres...
- Documents de transport (*connaissance (B/L)*, LTA (=lettre de transport aérien) (*AWB*))
- Certificat d'assurance (*insurance certificate*)
- Document douanier (DAU... = document administratif unique), il est utilisé dans toute l'UE et là pour l'entrée et la sortie de territoire. Il prouve l'exportation et l'importation

Partie 2 : Logistique Internationale

Les incoterms

Définitions :

- **Empotage** = opération consistant à remplir des conteneurs physiquement
- **Plate forme de groupage** = endroit où on regroupe les marchandises pour qu'elles soient envoyées en un même lieu. Il y en a plein dans la région (Corbas, Saint Exupéry...)
- **Pre-acheminement** = acheminement avant le transport international
- **Post-acheminement** = transport qui assure la livraison vers l'acheteur.
- **Transport principal** = le transport entre le pre et le post-acheminement (le trajet en bateau ou en avion)
Les étapes sont chronologiques et incontournables!
- **Vente au départ / vente à l'arrivée :**
 - **DEPART** : marchandise voyage aux risques et périls de l'acheteur. Ce sont tous les incoterms qui commencent par « E », « F ». Donc si le bateau coule, par exemple, ce sera à l'acheteur de faire le nécessaire pour se faire indemniser
 - **ARRIVEE** : marchandise voyage aux risques et périls du vendeur. Ce sont tous les incoterms qui commencent par « D », « C ».

I- Généralités

- **Les incoterms** permettent de définir :
 - le transfert des risques
 - la répartition des frais
 - les documents Entre le vendeur et l'acheteur
- **Le transport international** est généralement effectué par un transitaire, qui est un prestataire de service. Il facturera ses honoraires soit à l'exportateur, soit à l'importateur, soit aux deux parties (en fonction de l'incoterm). De toute façon, ce sera toujours le consommateur final qui payera la totalité au final du produit, des transports, des taxes... (*in fine*)
- Facturation du transitaire : 3 possibilités :
 - **La totalité de la logistique est prise en charge par l'exportateur** : ce dernier reçoit une facture du transitaire et en répercute le prix sur la facture de son client.
 - **La totalité de la logistique est prise en charge par l'importateur** : celui-ci reçoit une facture du transitaire pour la logistique et une facture de l'exportateur pour la valeur de la marchandise
 - **Une partie de la logistique sera facturée à l'exportateur et l'autre partie à**

l'importateur (en fonction de l'incoterm choisi). L'importateur recevra donc une facture de la marchandise par l'exportateur avec une partie du coût logistique et une facture du transitaire avec l'autre partie de la logistique prise en charge par lui-même.

Le marché des transitaires est extrêmement concurrentiel!

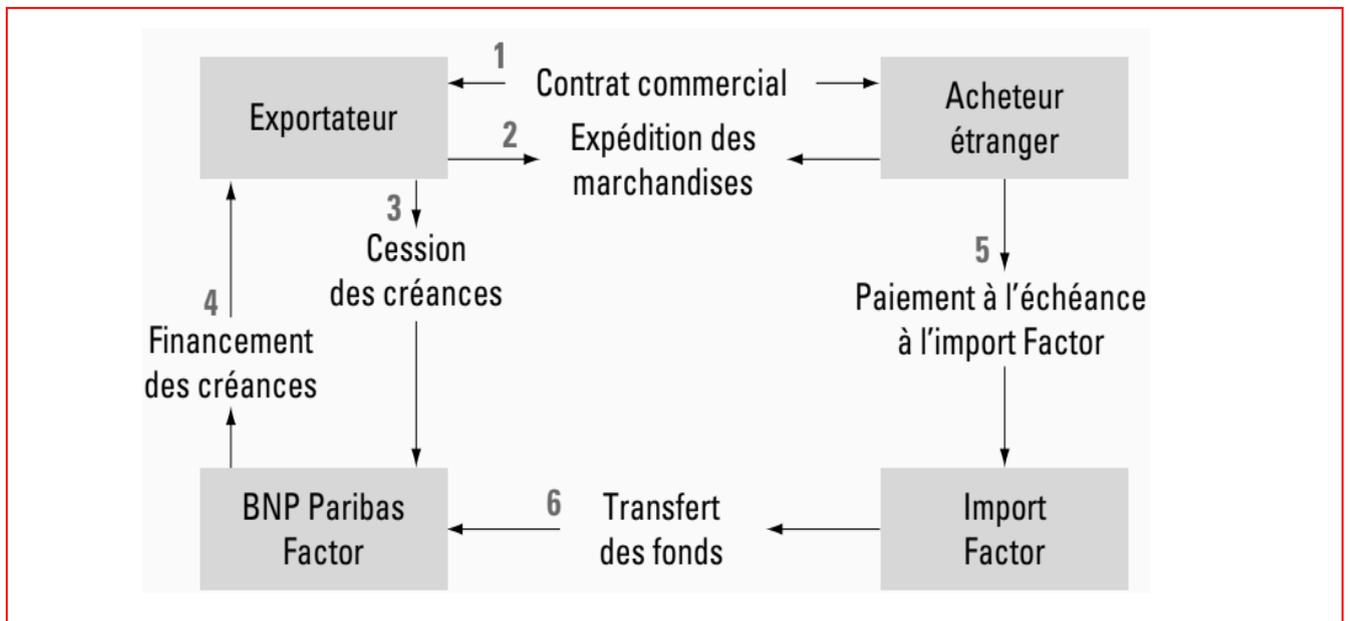
- **Le choix de l'incoterm est fonction de :**
 - * Mode de transport (maritime, terrestre, polyvalent...)
 - * Politique commerciale de l'entreprise
 - * Des caractéristiques du marché
 - * Intervention étatique

- **Le choix de l'incoterm:**
 - Est toujours suivi d'un lieu géographique (surtout avec les délocalisations car le siège social peut être en Europe, le lieu de production en Chine, donc la marchandise ne part pas d'Europe...!!)
 - Est utilisé dans le monde entier (sauf USA qui ont leurs propres incoterms)
 - Résulte de la négociation entre l'exportateur et l'importateur (hors obligations étatiques)

L'affacturage

L'affacturage consiste en un transfert des créances nées et exigibles d'un exportateur au profit d'un factor. L'exportateur perçoit le nominal des créances diminué des commissions. En cas d'impayé à l'échéance, le factor assume le risque de crédit. L'affacturage est basé sur la cession de factures nées

résultant de la vente de biens ou de services. L'affacturage est adapté aux exportateurs de produits ou des services dans le cadre de courants d'affaires avec de nombreux clients et un volume de factures conséquent. Les exportateurs recherchent la couverture du risque d'impayé, mais aussi à externaliser la gestion de leurs factures et/ ou en obtenir le préfinancement.



Principes généraux

Le factor peut proposer plusieurs services :

a. Le financement

En échange des factures, une avance de fonds est consentie à l'entreprise par le factor, déduction faite des commissions d'affacturage, de financement et du fonds de garantie (5 à 10 % de l'encours). L'entreprise peut ainsi recevoir en fonction de ses besoins, dans un délai très court, tout ou partie du montant de ses factures sans en attendre le paiement à l'échéance.

b. La gestion du compte clients

Le factor gère les comptes clients des entreprises : relance et recouvrement, imputation des règlements, tenue de compte et engagement éventuel d'actions de contentieux. En externalisant la gestion de son poste clients, l'exportateur peut se consacrer intégralement à son développement commercial.

c. La garantie contre les impayés (l'assurance-crédit)

Le factor propose aux entreprises (appelées adhérents) de les prémunir contre tout risque de défaillance de leurs clients. En cas d'insolvabilité de leurs clients, les vendeurs, titulaires d'un contrat d'affacturage, récupèrent jusqu'à 100 % du montant des créances garanties.

Avantages	Inconvénients
<p>Externalisation de la gestion du poste clients, cependant la gestion administrative reste souvent élevée</p> <p>En théorie, l'administration des ventes peut s'investir davantage dans le suivi commercial des clients</p> <p>Assez pratique lors que le portefeuille contient beaucoup de clients avec des montants moyens unitaires faibles</p> <p>Utile en période de forte croissance pour alléger le besoin en fonds de roulement</p>	<p>Globalisation plus ou moins forte exigée du factor</p> <p>Couverture par le factor sur zone Europe et OCDE</p> <p>Nécessité dans certains cas d'adosser un contrat d'assurance-crédit pour obtenir plus facilement des lignes de financement</p> <p>Refus de certains acheteurs de travailler avec des fournisseurs affacturés (la solution, l'affacturage confidentiel)</p> <p>Détérioration de la relation commerciale si la relance des clients par le factor est trop énergique</p> <p>Image négative sur le client qui peut penser que son fournisseur est en difficulté financière</p> <p>Solution temporaire, durée moyenne des contrats d'affacturage est inférieure à 3 ans</p>

Le forfaiting

Définition

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

Cette technique peut remplacer un crédit fournisseur classique ou un crédit acheteur. Les traites tirées sur l'acheteur sont avalisées ou garanties par une banque locale de premier rang. On note depuis quelques années du forfaiting « corporate ». Cela signifie que la banque s'engage à racheter des traites tirées sur **une entreprise sans aval ou garantie bancaire**.

Avantages	Inconvénients
<p>Paiement immédiat dès que les créances sont escomptables,</p> <p>Financement à taux fixe pouvant être répercuté sur l'acheteur étranger,</p> <p>Elimination des délais, des frais d'encaissement et de gestion des créances,</p> <p>Aucun risque (politique, transfert, client et taux)</p> <p>Allègement du bilan de l'exportateur (créance client transformé en cash sans engagement hors bilan)</p> <p>Non-recours à une procédure d'assurance-crédit (pas de part exogène maximale imposée et donc l'origine de la marchandise est indifférente)</p> <p>Financement de l'intégralité du contrat</p> <p>Couverture du risque de change directement dans le cadre du <i>forfaiting</i></p> <p>Il est possible d'intégrer le coût du <i>forfaiting</i> dans le prix du contrat</p>	<p>Coût parfois élevé selon le risque-pays, risque-banque et risque de taux lié à devise de facturation</p> <p>Le coût du <i>forfaiting</i> dépend de l'appréciation du risque du marché primaire et du marché secondaire</p> <p>Solution au cas par cas</p> <p>Montant minimal de la transaction 100 000 EUR</p>