École des Hautes Études Commerciale

Mémoire de fin de cycle en vue d'obtention du diplôme de

Master en Sciences commerciales

Spécialité : Distribution & Supply Chain Management

THEME :

Analyse des contraintes logistiques à l'export

Etude de cas : MFG

Élaboré par :

M. SEDIRI Zineddine

Encadré par:

Mme. LAOUDJ Ouardia

9ème promotion

Juin 2022

École des Hautes Études Commerciale

Mémoire de fin de cycle en vue d'obtention du diplôme de Master en Sciences commerciales

Spécialité : Distribution & Supply Chain Management

THEME :

Analyse des contraintes logistiques à l'export

Etude de cas : MFG

Élaboré par :

M. SEDIRI Zineddine

Encadré par :

Mme. LAOUDJ Ouardia

9ème promotion

Juin 2022

Dédicace :

C’est avec une profonde gratitude et mes sincères mots que je dédie ce modeste travail avant tout à mes chers parents, la raison de ma réussite et de mon courage :

*À **mon père** qui était toujours présent pour moi, avec son soutien et encouragement, amour et sacrifice, tu as toujours été mon idole.*

*À **ma mère**, la femme généreuse et vaillante. Merci Maman pour tout ce que tu fais pour moi, pour ta famille. Mon amour, et ma reconnaissance sont infinies, Je t'aime fort*

*À **Mes chers amis,** qui m’ont souvent encouragé et m’ont donné de la motivation.*

À Mme. LAOUDJ Ouardia notre aimable professeur qui était à la hauteur et qui a assuré son rôle parfaitement pour accomplir ce travail.

À tous mes professeurs qui m’ont enseigné depuis ma première année jusqu’à ma dernière année de master.

Remerciements :

J'dresse en premier lieu ma reconnaissance à ALLAH (SWT), pour m'avoir donné la santé, la force et la volonté de mener à terme ce travail.

Je remercie mon encadrante, ***Mme LAOUDJ Ouardia****, pour son suivi, ses encouragements, ses précieuses orientations et ses nombreux conseils tout au long de l'avancement de mon mémoire.*

Je remercie ***M. Sadi CHAKER*** *et* ***Mme Asma HAMIMES,*** *pour sa disponibilité et ses conseils avisés durant la période de notre stage, et merci à tout le personnel de département logistique.*

Je tiens à remercier mon père, ma mère et toute ma famille et mes amis pour leurs encouragements, leurs aides et leur soutien moral.

Et finalement, un grand merci à moi pour tous ces efforts.

Résumé :

Les entreprises algériennes ont une présence très faible sur les marchés étrangers. Cela s'est longtemps traduit par une part faible à négligeable des exportations hors hydrocarbures. Une entreprise désirant exporter est exposée à plusieurs contraintes liés à son internationalisation, de ce fait, elles doivent adopter une approche export qui limite ces contraintes et évite les entraves ou perturbations.

La présente recherche a pour objectif de cerner les contraintes logistiques qu'une entreprise peut confronter durant ses opérations d'exportation. Pour cela nous avons choisi l'entreprise MFG située à Blida pour effectuer notre stage pratique suite à l'étroite relation entre son activité et notre sujet de recherche. Afin de donner un sens scientifique à notre recherche, une enquête sur terrain au niveau de l'entreprise MFG riche en connaissances a été faite, pour donner une réponse à notre problématique. Pour cela, nous avons mené une enquête qualitative basée sur un entretien semi-directif avec les responsables de l'organisme d'accueil.

Mots clés : la logistique, l'exportation, les contraintes.

ملخص

الشركات الجزائرية لها وجود ضعيف جدا في الأسواق الخارجية. وقد أدى ذلك منذ فترة طويلة إلى انخفاض حصة الصادرات غير الهيدروكربونية إلى نسبة ضئيلة .حيث تتعرض الشركة الراغبة في التصدير للعديد من القيود المتعلقة بتدويلها ، لذلك يجب عليها اعتماد نهج تصدير يحد من المخاطر ويتجنب العقبات أو الاضطرابات.

يهدف هذا البحث إلى التعرف على المعوقات اللوجستية التي قد تواجهها الشركة أثناء عمليات التصدير. لهذا اخترنا شركة أم أف جي الواقعة في البليدة لإجراء تدريبنا العملي بسبب العلاقة الوثيقة بين نشاطها وموضوع بحثنا. من أجل إعطاء معنى علمي لبحثنا، تم إجراء مسح ميداني على مستوى هذه شركة الغنية بالمعرفة، لإعطاء إجابة لمشكلتنا

الكلمات المفتاحية:لوجستية،تصدير، قيود

Abstract :

The Algerian companies have a very weak presence in foreign markets. This has long resulted in a low to negligible share of non-hydrocarbon exports. A company wishing to export is exposed to several constraints related to its internationalization, therefore, they must adopt an export approach that limits these constraints and avoids obstacles or disruptions.

The objective of this research is to identify the logistical constraints that a company may face during its export operations. For this we chose the MFG company located in Blida to carry out our practical internship following the direct relationship between its activity and our research subject. In order to give a scientific meaning to our research, a field survey at the MFG company rich in knowledge was made, to give an answer to our problem. For that, we carried out a qualitative study based on a semi-directive interview with the managers of the company MFG.

Keywords : logistics, export, constraints.

La liste des tableaux :

Chapitre 01 :

Tableau 1.1	les obligations des parties du contrat de transport aérien	**18**
Tableau 1.2	Les avantages et les inconvénients des la lettre de change	**43**
Tableau 1.3	Les avantages et les inconvénients d'un chèque	**44**
Tableau 1.4	Les avantages et les inconvénients d'un billet à ordre	**45**
Tableau 1.5	Les avantages et les inconvénients de virement bancaire	**46**

Chapitre 02 :

Tableau 2.1	Les modes de transport	**74**
Tableau 2.2	Statistique du commerce extérieur de l'Algérie en 2020	**79**
Tableau 2.3	Les principaux produits hors hydrocarbures exportés	**81**
Tableau 2.4	Les principaux clients et fournisseurs de l'Algérie en 2020	**82**

Chapitre 04 :

Tableau 4.1	Analyse SWOT de l'entreprise MFG	**116 et 117**
Tableau 4.2	Tableau des responsables de guide d'entretien	**122**

La liste des figures :

Figure 1 :	les symboles des transports internationaux	**22**
Figure 2 :	la lettre de change	**44**
Figure 3 :	billet à ordre	**45**
Figure 4 :	Le mécanisme de déroulement d'une remise documentaire	**48**
Figure 5:	Évolution des exportations hors hydrocarbures 2017-2021	**81**
Figure 6 :	l'organigramme de MFG	**108**
Figure 7 :	Les services internes intervenants lors d'une opération d'exportation	**116**

La liste des abréviations :

Abréviations	Signification
ALGEX	Agence nationale de promotion du commerce extérieur
ATG	Analyse Thermogravimétrique
BAE	Bon à Enlever
BAF	Bunker Adjustement Factor
CAF	Currency Adjustement Factor
CAGEX	Compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations
CACI	Chambre algérienne du commerce et d'industrie
CE	Conformité Européenne
CCI	Chambre du commerce et d'industrie
CFR	Cost and freight,
CIF	Cost, insurance and freight
CIM	Contrat de transport international ferroviaire des marchandises
CMR	Contrat de transport international de marchandises par route
CNIS	Centre Nationale de l'Information et des Statistiques
CIP	Carriage and Insurance Paid
CPT	Carriage Paid To
DAF	Delivered At Frontier
DAP	Delivred at place
DAT	Delivred at terminal
DDU	Delivered Duty Unpaid
DDP	Delivered Duty Paid
DEQ	Delivered Ex Quay
DES	Delivered Ex ship
DPU	Delivred at Place Unloaded
DAT	Delivred at terminal
DAP	Delivred at place
EXW	EX Works
FAS	FreeAlongside Ship
FCA	Free carrier
FCL	Full Container Load
FFSA	Fédération Française des Sociétés d'Assurances
FOB	Free On Bord

FSPE	Fonds Spécial de Promotion des Exportations
GZALE	Grande Zone Arabe de Libre Echanges
IATA	International Air Transport Association
INCOTERMS	International Commercial Terms
ISO	Organisation internationale de normalisation
LCL	Less than Container Load
LTA	Lettre de Transport Aérien
MFG	Mediterranean Float Glass
NIPMP15	Norme Internationale pour les Mesures Phytosanitaires n°15
PME	Petites et Moyennes entreprises
QHSE	Qualité, Hygiène, Sécurité, Environnement
RDE	Régimes douaniers économiques
RO-RO	Roll-On Roll-Off
SAFEX	Société Algérienne des Foires et Expositions
SCI	Sociétés de commerce international
SGE	Sociétés de gestion export
SIGAD	Système d'information et de gestion automatisée des douanes
TACT	The Air Cargo Tariff
TC	Tank Container
UP	Unité Payante

Sommaire

Introduction générale : 1

Chapitre 01 : Les éléments fondamentaux de la logistique internationale..... 6

Introduction..... 7

Section 01 : La définition et les enjeux de la logistique internationale..... 7

Section 02 : Les composants et les acteurs de la logistique internationale :..... 9

Conclusion :..... 61

Chapitre 02 : Processus d'exportation 62

Introduction..... 63

Section 01 :Les démarches d'exportation..... 63

Section 02 : Les exportations hors hydrocarbures en Algérie 78

Conclusion :..... 84

Chapitre 03 : Les contraintes logistiques à l'export en Algérie..... 86

Introduction..... 87

Section 01 : Les contraintes logistiques à l'export en Algérie..... 87

Section 02 :Les dispositifs d'aides et de facilitation des exportations hors hydrocarbures 98

Conclusion 103

Chapitre 04 : Analyse des contraintes logistiques durant l'exportation du verre à MFG . 104

Introduction..... 105

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil MFG**..... 105**

Section 2 : Présentation de la démarche méthodologique de l'étude de terrain 120

Section 03 : Traitement et analyse des réponses de l'étude de terrain: 123

Conclusion du chapitre :..... 132

Conclusion générale :..... 134

Introduction générale

Introduction générale :

La logistique, souvent évoquée dans la vie de tous les jours, est un domaine essentiel au cœur des problématiques économiques qui préoccupent les pouvoirs publics.

Agissant à l'intersection des services et de l'industrie, la logistique a pour mission d'encadrer et de prendre en compte des échanges de biens et d'informations connexes entre les maillons de l'économie, qu'il s'agisse des entreprises ou des consommateurs. Dans ce contexte, le secteur joue un rôle important dans l'organisation économique actuelle, marquée par une flexibilité accrue et une fragmentation spatiale et organisationnelle des chaînes de production et de distribution. Une production de masse courte, une innovation rapide, des articles personnalisés en fonction des besoins des clients, des cycles de production et des réductions de stocks ne peuvent pas être réalisés sans le soutien logistique.

De ce fait, la fonction logistique tend à s'autonomiser pour un domaine ayant sa propre présence spatiale et économique.

La logistique concerne l'ensemble des activités de transport, de distribution, et de dédouanement des marchandises, qui permettent à la marchandise d'être disponible au bon moment et à l'endroit souhaité pour la production, la distribution ou la consommation. Il s'agit d'une fonction très large qui va au-delà de la simplicité du transport international.

Son objectif est d'optimiser les coûts d'approvisionnement et de rendre l'entreprise plus compétitive sur le marché extérieur pour valoriser tous les efforts de commercialisation déjà réalisés ailleurs.

Par conséquent, l'entreprise doit faire un certain nombre de choix pour avoir un bon contrôle sur ses informations et ses biens. Ces choix s'effectuent dans le cadre d'une réflexion globale qui assure la cohérence de la politique logistique de l'entreprise.

L'évolution économique et le développement de l'industrie ont contribué au développement des échanges mondiaux avec l'ouverture vers l'extérieur.

Aujourd'hui, nous assistons au développement des échanges de grands flux des marchandises dans le monde, où ces grands flux sont représentés par des produits diverstels que les matières premières, les produits semi-finis et les produits finis.

À ce stade le commerce international comprend toutes les transactions du marché mondial et regroupe l'ensemble des pays engagés dans la production des biens destinés aux marchés mondiaux, et qui Fonctionne à travers une chaîne logistique internationale, qui définit par la suite les étapes de production et de distribution internationale d'un produit depuis l'exportateur jusqu'au client importateur, dans les bonnes et meilleure condition, tout en tenant compte des frontières géographiques, et des barrières commerciales, et la mobilité des facteurs et tout ce qui concerne la réalisation du contrat d'échange entre partenariats dans un contexte de globalisation voie mondialisation, à savoir la nécessité de mettre en place des enjeux stratégiques pour le développement et la protection de l'économie et le territoire des pays émergents et des pays en voie de développements, or l'échange international qui dépend d'une exportation et une importation nécessaire car les pays ne peut produire l'ensemble des biens et des services dont ils ont besoin.

Le développement international de l'entreprise nécessite de la part de son responsable une réflexion sur ses capacités et ses fonctions principales qui sont : la production, la commercialisation, la gestion financière, les ressources humaines et la logistique. Cette dernière implique de donner au dirigeant un choix qui tient compte de ses conditions de vente, de ses clients et de sa stratégie commerciale.

La logistique internationale est un grand défi pour les économies, visant à assurer l'efficacité économique des entreprises en atteignant des objectifs de croissance économique. Concernant la logistique internationale, on peut dire qu'elle contient un certain nombre de maillons, parmi lesquels on peut citer : le dédouanement, le transport, l'emballage, l'assurance, etc.

Pour l'Algérie, la quasi-totalité du commerce extérieur passe par les infrastructures portuaires, qui permettent de se concentrer sur les activités portuaires et les activités de réception des navires car il est utile pour le commerce et le développement économique extérieur.

Actuellement, les armateurs étrangers dominent le commerce international; 98% des navires étrangers et 02% du transport maritime en Algérie assurés par des entreprises Compagnie maritime algérienne, compte tenu du vieillissement de ces navires et de la non maintenance de certains problèmes techniques dus au manque de techniciens professionnels dans ce champ.

En Algérie on assiste depuis quelques années à la naissance d'entreprises spécialisées dans la logistique internationale, elles constatent des difficultés à acheminer les marchandises jusqu'à leur destination. Cela a eu des effets négatifs sur les activités économiques des opérateurs économiques et institutionnels.

Cependant, les entreprises d'aujourd'hui sont confrontées à un certain nombre de problèmes lorsqu'il s'agit de choisir des outils logistiques plus adaptés à leurs exigences en termes d'optimisation.

Nous assistons à un accroissement considérable des barrières logistiques qui représentent aujourd'hui le principal obstacle à l'ouverture de l'économie mondiale.

La voie de l'internationalisation reste semée de barrières et d'obstacles qui pourraient empêcher les entreprises exportatrices d'obtenir des résultats sur les marchés sur lesquels elles souhaitent pénétrer. Plusieurs études empiriques ont mis en évidence ces barrières, bien qu'elles aient des limites, notamment du fait qu'elles n'examinent pas l'impact de chaque barrière sur le développement des entreprises exportatrices.

Ce travail de recherche a comme principal objectif de montrer les contraintes logistiques que n'importe entreprise peut les confronter durant ses opérations d'exportation, pour les bien connaitre et les éviter comme possible.

Le choix de ce thème a été inspiré par le fait que toutes les entreprises algériennes confrontent des contraintes logistiques tout le long de son opération d'exportation qui peuvent entraver leurs démarches et leurs plans d'action. Ces contraintes évidement peuvent avoir un effet négatif sur l'ensemble des objectifs des entreprises locales, pour cela elles doivent les connaitre et être très vigilantes pour qu'elles puissent dépasser tous ces obstacles qui peuvent être préjudiciable.

Le présent travail de recherche se propose d'étudier le cas de l'entreprise MFG qui fait l'exportation de ses produits (plusieurs types de verres) vers le marché mondial (ESPAGNE, PORTUGAL, MAROC, TUNISIE ...), et cette entreprise a une très bonne chaine logistique qui est très vaste aussi, et ça m'a donné l'impression que je vais croiser toutes les contraintes qu'une entreprise algérienne peut confronter durant son exportation.

L'objectif de ma recherche consiste à répondre à la problématique de notre étude à travers la question principale suivante :

Dans quelles mesures les contraintes logistiques pourraient- elles constituer un sérieux obstacle à l'exportation du verre pour l'entreprise MFG?

De cette dernière découlent un certain nombre d'interrogation et sous questions dont les réponses forment les axes de réflexion de notre recherche :

Sous-questions :

1. Quelles sont les composantes et les acteurs de la logistique internationale ?
2. Comment une entreprise exportatrice compte exporter ses marchandises ?
3. Les dispositifs d'accompagnements aux exportations hors hydrocarbures répondent ils suffisamment aux besoins des entreprises ?
4. Quelles sont les difficultés rencontrées par l'entreprise MFG durant l'exportation du verre et notamment celles liées à la logistique?

Pour répondre à ces questions, il nous semble important d'examiner les hypothèses suivantes :

Hypothèse principale : les contraintes logistiques représentent les sources de difficultés pour l'opération d'exportation au niveau de l'entreprise MFG.

- **Hypothèse 01 :** La non-disponibilité des conteneurs entraine des vrais problèmes pour MFG durant l'exportation de ses marchandises.
- **Hypothèse 02 :** Les contraintes administratives sont une source de difficulté majeure pour MFG.

- **Hypothèse 03 :** Le manque d'espace dans les entrepôts de MFG devient une contrainte inquiétante.

Dans le but de répondre aux questions posées et vérifier les hypothèses nous avons suit la méthodologie suivante :

Dans le but de répondre aux questions posées et d'identifier mieux les hypothèses de la recherche, nous avons inséré notre étude dans un cadre descriptif et analytique tout en respectant une démarche d'entonnoir c'est-à-dire du général au particulier afin d'assurer un cheminement cohérent entre la théorie et la pratique.

En effet, nous avons adopté une approche qualitative afin d'étudier en profondeur la problématique posée. Ce travail nécessite une collection d'information à l'aide d'un guide d'entretien conçu par thèmes et les sous thèmes. Ce dernier a été administré auprès des responsables sélectionnés selon leur poste et leur expérience à l'entreprise. De ce fait, les entretiens individuels ont été menés

La méthode d'analyse et de synthèse des données est faite à l'aide d'une grille d'analyse :

Premièrement, nous allons faire recours à une recherche documentaire en utilisant des ouvrages, des articles de revue scientifique, des thèses de mémoire, des rapports et documents internes et des sites internet.

Deuxièmement, la collecte des données relative au thème, et pour avoir l'actualité des entreprises algériennes et du commerce extérieur Algérien nous allons utiliser les données du rapport des statistiques du commerce extérieur délivré par le Centre Nationale de l'Information et des Statistiques (CNIS). Mais aussi une étude qualitative qui se caractérise par une analyse des contraintes logistiques.

En vue de mener à bien notre travail nous avons divisé ce mémoire en quatre chapitres :

Le premier chapitre contient un aperçu général sur la logistique internationale, ensuite nous présenterons ses différents composants et acteurs.

Dans deuxième chapitre intitulé « le processus d'exportation », nous allons encadrer le déroulement de processus d'exportation en mettant en évidence les différentes étapes nécessaires pour la réussite de l'opération, et puis nous traitons les exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Ensuite dans le troisième chapitre nous allons exposer les différentes contraintes logistiques et Les dispositifs d'aides et de facilitation des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Finalement le quatrième et le dernier chapitre va traiter et analyser ces contraintes logistiques durant l'exportation du verre par l'entreprise MFG.

Chapitre 01 :

Les éléments fondamentaux de la logistique internationale

Introduction

En matière de logistique internationale, il est chargé d'élaborer et de mettre en œuvre des procédures et des méthodes visant à optimiser et à coordonner l'ensemble des activités de transport, de manutention, de conditionnement et d'approvisionnement afin de livrer les marchandises dans les délais et en quantité requis, sur les lieux de production, de distribution ou de consommation. Il s'agit d'une fonctionnalité très large qui dépasse le simple cadre du transport international. Il s'agira d'aborder les caractéristiques, les modes et les composants de cette branche de la logistique qu'est le transport international.

L'objectif ultime de la logistique internationale est de se concentrer sur la gestion des flux de marchandises via l'acheminement. Il opère de lieu de départ (usine, logistique, entrepôt fournisseur, etc.) jusqu'au déchargement chez l'importateur.

Section 01 : La définition et les enjeux de la logistique internationale

1.1.Définition de la logistique internationale :

La logistique internationale se définit comme la gestion des activités d'importation et d'exportation. Il communique à travers les organisations de transport transfrontalier en pratiquant toutes les méthodes de logistique connues. Cela offre aux acteurs de la logistique une solution optimisée pour l'échange de biens et de personnes entre les pays.

Définition de CHANTAL BUSSENAUT et MARTINE PRETET :

Ils définissent la logistique internationale comme : " une mise à disposition aux moindres coûts d'un produit à l'endroit et au moment où la demande existe. En effet, en considère généralement que l'ensemble des coûts de la chaîne logistique (emballage, manutention, stockage, distribution physique) représentent entre 10% et 15% de CA du l'entreprise

Définition de GERARD LEPAN DE LIGNY : la logistique internationale est l'ensemble des techniques relatives à l'élaboration des unités de charges, elles s'inscrivent dans le cadre de la logistique (coordination logistique des moyens intervenant dans la distribution logistique) elle a pour objet de gérer l'ensemble des opérations de

conditionnement, d'emballage, de transport, de manutention et de stockage constituant l'écoulement du flux de matière depuis les sources d'approvisionnement en matière première jusqu'au consommateur final.

1.2.Les enjeux de la logistique internationale :

1.2.1. La réduction des couts logistique :

La réduction des coûts a pour but d'augmenter l'efficacité de l'entreprise en améliorant la qualité de service, la rentabilité et en la plaçant dans une meilleure position par rapport à ses concurrents.

Comment réduire les couts logistiques :

- **L'optimisation de l'itinéraire :** L'optimisation des itinéraires en logistique est plus complexe que la détermination de l'itinéraire le plus court d'un point A à un point B, et de nombreux facteurs doivent être pris en compte, tels que, le trafic, la construction et la météo, pour économiser autant de temps et de carburant que possible. Par conséquent, l'optimisation de l'itinéraire va permettre d'accroitre la productivité des entreprises, et l'amélioration du service client à moindre coût.
- **L'utilisation d'un TMS :** La logistique a connu d'importants bouleversements ces dernières années avec l'apparition de nouvelles contraintes telles que la hausse du prix des carburants, la rapidité de la circulation de l'information et l'évolution des réglementations obligent les sociétés à revoir leur fonctionnement. Les contraintes qui pèsent sur la logistique ne sont plus les mêmes. Nombreux sont les grandes entreprises qui utilisent un logiciel TMS ou Transport Management System. Il facilite considérablement le pilotage de la fonction transport tout en apportant des services innovants à l'entreprise. Véritable gain de temps, de productivité et d'argent.

1.2.2. Maitrise du temps (délai de livraison) :

Le délai se définit comme le temps entre la demande du client et la réception du produit perçu comme le temps entre la constatation du besoin et le moment où il peut commencer à l'utiliser**.** Cette différence comprend les opérations réalisées par le fournisseur (préparation de commandes, expédition, etc.) ainsi que des tâches internes

(évaluation des besoins, Contacter les achats, passer la commande, puis recevoir et inspecter)

1.2.3. La multiplicité des intervenants :

Il convient de bien organiser la circulation des informations et des marchandises (maitrise des flux documentaires, planification des opérations physiques …)

1.2.4. Modalité des opérations de transport.

Faire attention à la nature et taille des colis, aux types d'emballage utilisé, favoriser l'utilisation des unités de transport intermodal.

1.2.5. Maitrise des risques liés à l'acheminement :

Il convient de bien protéger la marchandise et de respecter les conditions de transport pour les denrées périssables, moins de manipulations engendrent moins de risques et alors des couts d'assurances bien maitrisés. Le niveau de risque devient l'un des indicateurs à surveiller pour l'entreprise elle-même, mais aussi pour les entreprises clientes, dans le cadre de la sélection et de l'audit de ses fournisseurs.

1.2.6. Le niveau de service :

C'est la probabilité de satisfaire la demande dans un temps donné.

Section 02 : Les composants et les acteurs de la logistique internationale :

2.1 Le transport :

Le transport de marchandises est un élément nécessaire de l'organisation de la production, de la consommation et de leur répartition dans l'espace. Le transport est une opération industrielle par la transformation qu'il opère sur les biens qui lui sont soumis. Il leur ajoute de la valeur, contribue à leur production et exerce une influence directe sur le coût total de production et sur la rémunération du capital engagé[1]

[1] Michel SAVY, « le transport de marchandise », édition EYROLLES, 2006

Le transport international se définit comme étant l'acheminement des marchandises par mer, terre, air voie fluviale, fer, gazoduc, oléoduc, pipeline, par la poste d'un point à un autre au-delà d'une ou plusieurs frontières d'États, et la livraison chez le destinataire dans les conditions prévues contractuellement.

Le transport, ce sont aussi et surtout des délais qu'il faut respecter, sous peine de sanctions, la perte d'un marché, par exemple.

Le choix du moyen de transport peut, évidemment varier en fonction de diverses considérations : [2]

- Le degré de l'urgence de l'envoi
- Le poids et l'encombrement et l'expédition
- La valeur des marchandises
- La nature des marchandises (denrées, périssables, etc.)
- Le taux comparé du montant des frets (bateaux, avion, train, route, etc.) sur une destination déterminée.
- La fréquence des liaisons.
- Le cout de l'emballage en fonction du mode de transport, etc.

Généralement les entreprises exportatrices choisissent le mode de transport en fonction du coût, du délai et de la sécurité de leurs marchandises. D'autres critères tels que la nature du produit, la qualité et le pays de l'importateur détermineront le choix du mode de transport principal. Les moyens de transports les plus utilisés sont maritimes et routiers

Mais on peut distinguer cinq modes de transport qui peuvent aider les entreprises à acheminer leurs marchandises :

2.1.1. Le transport routier :

Le transport routier définit un type de transport terrestre qui utilise la route pour transporter des marchandises ou des personnes. [3]

[2]Inforeg, « commerce internationale, exporter en toute sécurité », Gualino édition, p95
[3]*http://*www.gefco.com (consulté le 15 février 2022 à 15:00)

D'une manière générale, le transport routier peut inclure les déplacements en véhicule privé. En pratique, le transport routier désigne davantage le transport de marchandises à l'intérieur du territoire national ou à travers le monde.

Les avantages essentiels du transport routier résident dans sa souplesse il est, en effet, envisageable à partir de n'importe quel point du territoire, il s'adapte à n'importe quel jour et horaire et les itinéraires peuvent être variés

Le contrat de transport routier est constaté d'un point de vue documentaire, par une lettre de voiture.[4]

2.1.1.1.Contrat de transport routier :

Le contrat de transport international de marchandises par route est régi principalement par la convention de Genève. La présente convention s'applique à tout contrat de transport de marchandises par route à titre onéreux au moyen de véhicule.

Pour l'application de la présente convention, il faut entendre par « véhicules » les automobiles, les véhicules articulés, les remorques et les semi-remorques , tels qu'ils sont définit par l'article du 19 septembre 1949.

Le contrat de transport est matérialisé par une lettre de voiture **CMR**. L'absence, l'irrégularité ou la perte de la lettre de voiture n'affectent ni l'existence ni la validité du contrat de transport qui reste soumis aux dispositions de la présente convention.

La lettre de voiture CMR est établie en trois exemplaires originaux signés par l'expéditeur et par le transporteur. La CMR constitue le cadre organisationnel de base du transport routier s'applique à tout contrat de transport de marchandises à titre onéreux, au départ ou à destination d'un état contractant à la CMR.

[4] Inforeg, « commerce internationale, exporter en toute sécurité », Gualino édition, p95.

2.1.1.2.Tarification du transport routier :

Les transports internationaux de marchandises suivent la règle de liberté de concurrence et de fixation des tarifs. Donc, il n'existe pas de règle de tarification des transports internationaux par route, les prix sont donc complètement négociables. La base de calcul du fret reste le poids et le kilométrage.[5]

Le tarif de transport public de personnes et de marchandises constitue un élément essentiel d'accessibilité au moyen de transport et de régulation du marché des transports terrestres.

Les tarifs de transport pour les services jugés stratégiques ou spécifiques peuvent être déterminés par voie réglementaire.[6]

2.1.2. Transport maritime :

L'utilisation de la voie maritime évoque généralement des transports de longue distance. Ce mode d'acheminement, il s'adapte grâce à des nouvelles techniques.

Le transport maritime consiste à déplacer des marchandises ou des hommes pour l'essentiel par voie maritime, même si, occasionnellement le transporteur maritime peut prendre en charge le pré-acheminement ou post-acheminement.

Le transport maritime s'impose dès qu'il s'agit de commerce hors-continent, ou lorsqu'il consiste en de très gros volumes. Les dimensions des espaces de chargements des cargos sont plus grandes que dans le cas des autres moyens de transport et les coûts d'autant plus intéressants.

Ce mode de transport couvre l'essentiel des matières premières (pétrole et produits pétroliers, charbon, minerai de fer, céréales, bauxite, alumine, phosphates, etc.) À côté de ce transport en vrac, il couvre également le transport de produits préalablement conditionnés se présentant sous forme de cartons, caisses, palettes, fûts, ce que l'on a coutume d'appeler de la marchandise diverse.

[5]V. MEYER, C. ROLIN, « technique du commerce internationale », Nathan, Paris 2000, p61.
[6]Aux termes de l'article 12, alinéas 1 et 2 de la loi n 2000-13 du 7 aout 2001 portant orientation

Le transport maritime distingue deux intervenants qui participent au contrat de transport : le chargeur et l'armateur.

Le chargeur : il représente la marchandise, il peut être soit l'expéditeur, soit un mandataire de ce dernier (le transitaire), soit le destinataire de la marchandise.

L'armateur (compagnie maritime) : il est représenté généralement par un agent, l'agent maritime ou le consignataire.

Le chargement de la marchandise peut s'effectuer sur deux types de navires : [7]

a) **Les navires spécialisés :** il existe trois grandes catégories

- **Les vraquiers** : ce sont des navires citernes, elles transportent des produits raffinés (trois ou quatre différents en même temps : essence, gazole, kerozène, fuel domestique) sont de taille réduite.
- **Les navires polythermes** : ce sont des navires qui assurent le transport des marchandises sous température contrôlée.
- **Les navires spéciaux** : les car-ferries, les grumiers, etc.

b) **Les navires non spécialisés** : ils peuvent transporter toutes sortes de marchandises. Ces navires sont les suivants :

- **Les cargos conventionnels** : les marchandises sont chargées en cale
- **Les porte-conteneurs** : certains peuvent transporter jusqu'à 3000 conteneurs 20 pieds.
- **Les rouliers** : on les appelle les RO-RO (Roll-On Roll-Off) ils permettent la manutention de tous les types de marchandises.
- **Les navires mixtes RO-RO et porte-conteneurs**
- **Les navires porte-barge**

Bien qu'avec certaines contraintes, la conteneurisation est considérée comme la solution technique la plus appropriée en matière de transport internationale de marchandises, au motif qu'elle permet les couts les moins chers.

[7]Idir KSOURI « les opérations de commerce internationales » Edition BERTI, P65

Les types d'expédition par conteneurs :

FCL/FCL : le conteneur voyage domicile à domicile. Le vendeur exporte le conteneur et le scelle. Le conteneur ne sera pas ouvert avant sa destination finale chez l'acheteur (sauf si cas de vérification douanière).

FCL/LCL : Un expéditeur remplit un conteneur pour plusieurs destinataires. Le conteneur sera ouvert dans un lieu autre que la destination finale des marchandises. Il sera envoyé dans un centre de dégroupage et la marchandise sera post acheminé vers les différents acheteurs.

LCL/FCL : Dans ce cas, plusieurs expéditeurs remplissent un conteneur pour un seul destinataire. C'est l'inverse du FCL/LCL. Les vendeurs acheminent leur marchandises dans le même centre de groupage et empotent leurs marchandises dans un même conteneur qui sera scellé et livré à un acheteur.

LCL/LCL : Dans ces types, plusieurs expéditeurs remplissent un conteneur pour plusieurs destinataires. Les vendeurs acheminent leurs marchandises dans un centre de groupage pour mettre l'ensemble dans un conteneur qui sera ensuite dépoté dans un centre de dégroupage pour que les marchandises soient livrées à plusieurs

2.1.2.1.Contrat de transport maritime :

Conformément à l'article 738 du code maritime, « Le contrat de transport par mer est une convention par laquelle le transporteur s'engage à acheminer une marchandise déterminé d'un port à un autre et le chargeur à en payer la rémunération appelée fret. »

Le transport de marchandises par voie maritime est un contrat par lequel un chargeur (expéditeur ou auxiliaire) confie à un transporteur maritime une marchandise à transporter, contre rémunération d'un prix de transport appelé «fret».[8]

On peut distinguer deux types de contrat :

- Soit un contrat de transport c'est-à-dire que le chargeur s'engage à payer un fret déterminé, et le transporteur à acheminer la marchandise d'un port a un autre.

[8]BELOTTI, Jean « Transport international marchandise » 2em éd. Edition Vuibert.2002. p.269.

- Soit un contrat d'affrètement par lequel les contractant convienne de la location d'un navire pour une période de temps déterminé.

2.1.2.2.Tarification du transport maritime :

a) Fret de base : Pour les expéditions en conventionne (sac, caisse, etc.), le fret est souvent établi pour un voyage donné à l'unité payante UP. L'unité payante est la tonne ou le mètre cube à l'avantage du navire.
Le fret est généralement établi au poids ou au volume en fonction de la nature de la marchandise et de sa destination.

b) Les correctifs : Indépendamment du prix affiché dans le tarif du transporteur, celui-ci peut vous faire supporter des hausses conjoncturelles dictées par des événements commerciaux, politiques ou économiques indépendants de sa volonté. Il vous appliquera alors des correctifs exprimés en pourcentage sur le fret de base.

- Surcharge fuel ou la BAF (Bunker Adjustement Factor) : permet d'intégrer les variations du prix des combustibles entre deux éditions du tarif.
- Surcharge monétaire ou CAF (Currency Adjustement Factor) : permet de tenir compte sur les variations de la monnaie.
- Surcharge d'encombrement portuaire : major le prix sur certaines destinations où une immobilisation anormale du navire est à prévoir.
- Harbour dues : droits portuaires à la charge de la marchandise
- Wharfage dues : droits de quai ou de bassin
- Taxes sur les colis lourds

c) Les frais de manutention :c'est en fonction des conditions (usages maritimes) que les frais de chargement et de déchargement sont répartis entre le chargeur et le transporteur maritime.

2.1.3. Le transport aérien :

On peut définir le fret aérien comme étant toute marchandise destiné à l'exception et mené d'un poste à un autre, des effets personnels accompagnant les passagers et des biens appartenant au transport transportée a bord d'un avion, selon des procédures défini,

sur la base d'une taxation particulière et après l'accomplissement des formalités d'expédition requise.

L'avion est un moyen de transport rapide mais les couts de fret peuvent être élevés. Cet inconvénient peut être compensé par des couts annexes plus réduits que sur d'autres moyens de transport. Si le transport aérien se prête idéalement aux colis de petites tailles, mais fortement chargés de valeur commerciale, il devient vite prohibitif si la valeur marchande de la marchandise est faible en relation avec le coût du transport.

2.1.3.1.Organisation du transport aérien :

Les différents intervenants en transport aérien sont :

- **L'agent de fret aérien :** celui qui organise le transport principal.
- **Le transitaire commissionnaire**, mandataire, qui assure les opérations et les formalités relatives au transport.

Concernant le matériel utilisé, deux types d'appareils participent au transport international de marchandises :

- **Les avions mixtes** : ils transportent à la fois des passagers et du fret (ne convient pas aux produits dangereux et peut causer des retards, car la poste est prioritaire).
- **Les avions cargo** qui ne transportent que des marchandises.

2.1.3.2.La tarification de transport aérien :

L'IATA (International Air Transport Association) est une conférence du transport aérien regroupant la quasi-totalité des compagnies aériennes. C'est elle qui définit les tarifs communs dits TACT. Il s'agit d'un tarif général qui est en principe obligatoire.

La base de tarification est le rapport entre le poids et le volume sachant qu'une tonne est égale à six mètres cubes on divise donc le volume réel par six pour avoir le poids fictif servant de base de tarification.

- **Le tarif général :**

Il est établi pour une relation aéroport - aéroport donnée, indépendant de la nature des marchandises, et s'applique d'après un barème par tranches de poids. Compte tenu de la forte dégressivité du tarif il pourra être intéressant de "payer pour" un poids supérieur au poids réel.

- **Les tarifs spéciaux :**

Il s'agit d'un tarif concernant certaines catégories de marchandises à expédition fréquentes et continues ; périodique, médicament, journaux ce sont des tarifs préférentiels calculés en fonction de la catégorie de la marchandise expédiée au minimum par 100 kg 300 ou 500kg pour d'autres (minoration pour les journaux et majoration pour les animaux vivants).

- **Le tarif ULD :**

Taxe forfaitaire consentie pour certains trajets et concerne une catégorie de marchandises données et ce que l'on appelle un poids "pivot". Si le poids excède ce poids forfaitaire, les kilos supplémentaires seront taxés à un tarif très favorable.

2.1.3.3.Contrat de transport aérien :

Le contrat par lequel le transporteur aérien s'engage à acheminer par aéronef à titre onéreux, d'un aéroport à un autre des marchandises et objets reçus d'un expéditeur pour être remis au destinataire ou à son représentant légal.

Les obligations des parties :

Tableau 1.1 : les obligations des parties du contrat de transport aérien

Obligations du chargeur	Obligations du transporteur
- Prévoir un emballage adapté. - Marquage des colis. - Mettre la marchandise à disposition du transporteur au lieu et à la date prévue. - Émettre la LTA (c'est souvent la compagnie ou l'agent de fret qui rédige la LTA pour le compte du chargeur): responsabilité des renseignements fournis dans la lettre d'instructions fournie par la compagnie aérienne. - Prévoir le dédouanement des marchandises et satisfaire aux opérations de contrôle du commerce extérieur et des changes.	- Charger la marchandise. - Acheminer la marchandise à destination, en bon état, dans les délais contractuels, ou à défaut, dans des délais « raisonnables ». - Décharger la marchandise. - Avis d'arrivée au destinataire ou à l'intermédiaire indiqué sur la LTA.

Source : D'après Ghislaine LEGRAND, Hubert MARTINI, gestion des opérations import/export, page 46

2.1.4. Transport ferroviaire :

Le chemin de fer est un moyen de transport qui peut être adapté au transport des marchandises les plus diverses grâce à l'existence de wagons spéciaux (wagons citernes, isothermes, etc.)

Dans le paysage économique actuel, où règne une forte concurrence, le transport ferroviaire de marchandises occupe un rôle crucial.

Ce mode de transport présente aussi la possibilité d'effectuer des livraisons sur de longues distances. Il faut noter que le transport ferroviaire de marchandises n'est pas utilisé dans la plupart des régions du monde par manque de voie ferrée transcontinentales.

2.1.4.1.Organisation du transport ferroviaire :

La convention CIM signée en 1980, à Berne soumet le transport ferroviaire international à un ensemble de règles complétées par des règlements plus spécifiques. La lettre de voiture CIM est émise pour chaque envoi et le timbre de la gare expéditrice atteste de la prise en charge de la marchandise par la compagnie de chemin de fer. [9]

2.1.4.2.La tarification du transport ferroviaire :

La convention CIM ne prévoit pas de tarification. Chaque pays applique des tarifs et des prestations qui lui sont propres. L'étude des coûts doit donc se faire sur mesure en testant éventuellement plusieurs itinéraires.[10]

2.1.4.3.Le contrat de transport ferroviaire :

Le contrat de transport international ferroviaire de marchandises est un contrat consensuel, dans lequel le transporteur s'engage à transporter la marchandise à titre onéreux au lieu de destination et à l'y remettre au destinataire.

Cette dernière doit être signée par l'expéditeur et le transporteur. La nouvelle réglementation tient également compte des développements futurs. Le transporteur doit certifier sur le duplicata de la lettre de voiture CIM de manière appropriée la prise en charge de la marchandise et doit remettre le duplicata à l'expéditeur.

Une lettre de voiture CIM doit être établie pour chaque envoi. Sauf convention contraire entre l'expéditeur et le transporteur, une même lettre de voiture ne peut concerner que le chargement d'un seul wagon. [11]

[9]G.LEGRAND, H.MARTINI, le petit export, 3eme édition DUNOD, P 14.
[10]Idem, P 14.
[11]*http://*www.memoireonline.com(consulté le 7 mars 2022 à 17:00)

2.2. Emballage :

L'emballage ou packaging est l'ensemble des éléments matériels qui sans être inséparables du produit lui-même sont vendus avec lui en vue de permettre ou de faciliter sa protection, son transport, son stockage, sa présentation en linéaire, son identification et son utilisation par les consommateurs.[12]
On distingue trois niveaux de conditionnement :[13]

- Le conditionnement primaire, qui sert à contenir directement le produit, il influence sa perception au moment de son utilisation et affecte sa facilité d'usage.
- Le conditionnement secondaire qui sert à protéger le conditionnement primaire et est jeté lorsque le produit est utilisé (carton), il sert à la fois de protection et de support promotionnel en magasin, il joue un rôle essentiel pour attirer la vue et donner envie d'acheter.
- Le conditionnement d'expédition, qui représente l'emballage nécessaire au stockage, à l'identification et au transport (les caisses) il est peu visible pour les clients finaux et concerne davantage les distributeurs.

Au niveau international l'emballage doit surtout maintenir l'intégrité du produit pendant l'opération de transport.

Pour l'exportateur, l'harmonisation de l'emballage est souhaitable, pour réduire les coûts et faciliter la reconnaissance du produit notamment par les gens qui se déplacent d'un pays à un autre, mais cela est difficile à cause de plusieurs contraintes liées :

- Aux caractéristiques du produit : sa nature, sa fragilité, sa sensibilité aux variations climatiques, et sa possibilité de démontage.
- Aux règlementations liées au produit lui-même (produits alimentaires, matières dangereuses) ou au pays de destination (certains pays exigent des emballages recyclables).
- Aux choix logistiques de l'exportateur en matière de mode de transport, de conditions de stockage, et du nombre de rupture de charges.

[12]J.Lendrevie, J.Lévy, D.Lindon, Op.cit, p256.
[13]P.Kotler, B.Dubois, Op.cit, p452.

2.2.1. Le rôle de l'emballage :

L'emballage devra assurer un triple rôle :

- Assurer une protection polyvalente des marchandises.
- Faciliter le déplacement de la cargaison, son stockage, et son transfert dans les meilleures conditions.
- Il a une incidence favorable sur la réduction du coût de l'assurance en plus la constitution d'unité de chargement réduit sensiblement les taux de fret.

2.2.2. Le choix de l'emballage :

L'exportateur, doit tenir compte du choix de l'emballage afin de réduire les risques liés au transport. Il doit également être en mesure de prouver que les emballages utilisés sont conformes aux exigences du transport. Il doit donc se référer aux normes professionnelles, aux prescriptions légales et aux règlementations nationales particulières. A ce titre, la palettisation et la conteneurisation des marchandises permettent de faciliter les opérations de manutention et de réduire ainsi les risques d'avaries pendant les ruptures de charges.

2.2.3. Le marquage et l'étiquetage :

Le marquage et l'étiquetage sont les actions d'inscrire et de cataloguer un ensemble d'information sur l'emballage ou sur le produit directement. Comme l'emballage, le marquage et l'étiquetage ont une grande importance dans la présentation du produit surtout sur l'aspect informationnel.

Le premier but du marquage est l'identification de l'expédition pour que le transporteur puisse la faire parvenir au destinataire.[14]

- Les marques superflues (marques anciennes, marques à caractère publicitaires…) doivent être exclues pour ne pas créer de confusion chez les manutentionnaires et les transporteurs.

[14]Patrick MIANI Nadine VENTURELLI, Transport Logistique, le génie éditeur, 2017, p164

- Le marquage doit contenir toutes les informations nécessaires à la manutention et au transport (identification du destinataire et de l'expéditeur, pays d'origine, masse et dimensions du colis, marques de précaution et marques de manutention…)
- Les marques doivent être :
  - de grandes dimensions,
  - claires,
  - tracées à l'encre indélébile et au pochoir.
- Le marquage doit être réalisé sur au-moins trois côtés.
- Il faut utiliser les symboles des transports internationaux.

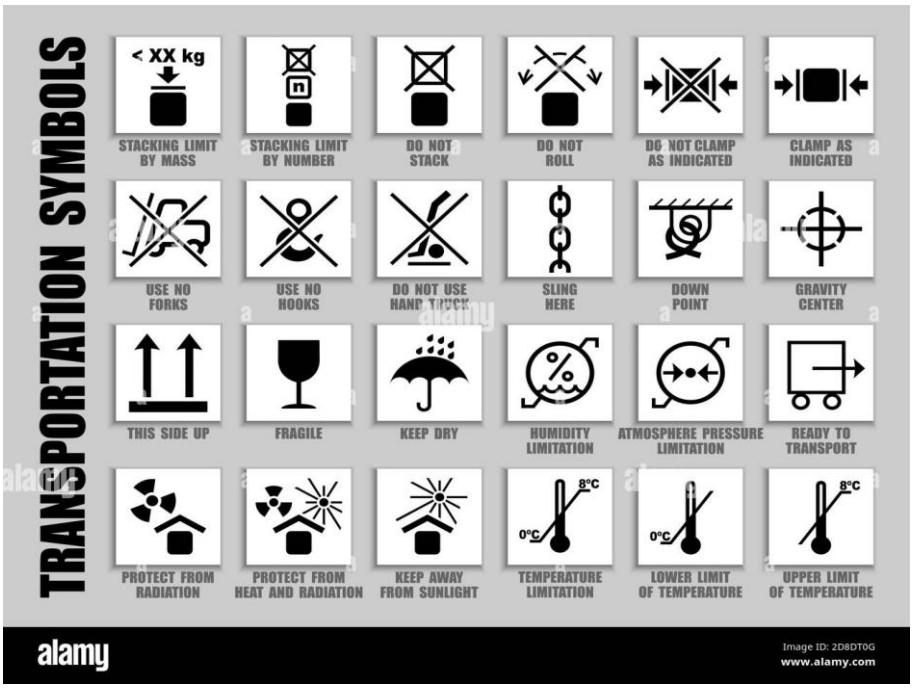


Figure 1 : les symboles des transports internationaux.

2.2.4. La palettisation :

2.2.4.1.La palette :

La palette est un plateau rectangulaire sur lequel on entrepose une certaine quantité de marchandises constituant une unité de charge. C'est à la fois un support de stockage, de manutention et de transport.

Conçue pour être manipulée par chariot élévateur ou transpalette ou autres engins mécaniques adaptés, elle permet de réduire les temps de manutention. Il existe plusieurs types de palettes (la palette EUR, la palette simple, la palette réversible)

- **Les dimensions :**

Il existe une norme ISO définissant cinq dimensions (800 × 1000, 800 × 1200, 1000 × 1200, 1200 × 1600, 1200 × 1800) mais on trouve sur le marché une multitude de dimensions, les palettes 800 × 1200 et 1000 × 1200 font l'objet d'une norme AFNOR.

2.2.5. Le stockage

Il existe plusieurs types de stock, les principaux sont

- stocks de matières ou de composants,
- stocks des en-cours de production,
- stocks de semi-finis,
- stocks de produits finis.

Le rôle principal du stock est de créer un découplage entre l'offre et la demande. Les stocks permettent de gagner en réactivité car ils sont indispensables pour pouvoir répondre rapidement à la demande, ou en tous cas dans des délais acceptables par les clients.

Mais il faut en positionner la juste quantité, ni trop, ni trop peu :

- Ni trop, sinon c'est l'excès de stock qui pèse sur les coûts avec des risques d'invendus et une mobilisation de cash qui ne rapporte rien.

- Ni trop peu, sinon c'est la rupture de stock qui peut faire manquer des ventes, voire faire perdre des clients. Ce qui est la pire des choses qui puisse arriver. [15]

2.2.5.1.La gestion des stocks :

La gestion des stocks est l'une des activités les plus importantes pour une entreprise car elle affecte les autres activités de l'entrepôt. Les entreprises doivent maintenir un inventaire minimum pour garantir leur service en cas d'augmentation soudaine de la demande ou de problème d'approvisionnement. Cela évite les interruptions de production ou de préparation de commandes.

Afin de calculer ses coûts et de minimiser les stocks, l'entreprise doit régulièrement évaluer ses besoins, ses consommations et l'état des stocks. Les stocks sont un poste d'actif qui pèse sur le besoin en fonds de roulement de l'entreprise et sur le patrimoine de l'entreprise.

Leur évaluation permet de présenter des comptes sincères. Eviter la rupture de stocks est aussi une priorité, cependant cet objectif doit être atteint avec le stock moyen le plus faible sous peine de peser sur la rentabilité de l'entreprise.[16]

2.2.6. Les entrepôts :

Un entrepôt est une installation qui à l'aide d'équipements de stockage, d'engins de manutention, de ressources humaines et de moyens de gestion, contrôle les écarts entre les flux d'entrée de marchandises (provenant des fournisseurs, des sites de fabrication, etc.) et de sortie (marchandise destinée à la production, à la vente etc.). Ces flux ne sont généralement pas coordonnés, ce qui implique la mise en place d'une logistique de stockage optimale.

L'activité économique d'une entreprise peut parfois exiger un ou plusieurs types d'entrepôts : de matières premières, produits semi-ouvrés, produits finis. Tous ces entrepôts doivent être aménagés en fonction des besoins spécifiques de leur fonctionnement et conformément aux restrictions ou aux possibilités de chaque emplacement, ainsi que de son environnement.

---

[15]Soulier, Jean Marc « la révolution supply chain», Editeur Maxima, p 104
[16]Legrand, GhislaineMartini, Hubert, « commerce international », éditeur Dunod, 2010, p288

La meilleure manière de classer ces différents types d'entrepôts, est de les regrouper selon leurs caractéristiques communes.[17]

- **Selon la nature du produit**, on trouve des entrepôts spécialisés dans les bobines, les produits inflammables, les profils, le petit matériel, les pièces de rechange, les denrées périssables, etc., mais aussi des entrepôts d'utilisation générale.
- **Les bâtiments** sont aussi d'une grande diversité. On recense des entrepôts en plein air, des hangars, des sous-sols, des magasins ou dépôts, des chambres froides, des entrepôts autoportants (où les rayonnages forment l'ossature du bâtiment), etc.
- **Selon le flux des matériels**, les installations peuvent être regroupées en installations destinées au stockage de matières premières, de composants, de produits semi-ouvrés et de produits finis. Il peut également s'agir d'entrepôts intermédiaires, de dépôts, de magasins de distribution, etc.
- **En fonction de leur localisation**, on parlera d'entrepôts centraux, régionaux et de transit.
- **Selon leur degré de mécanisation**, ils seront manuels, classiques ou automatiques

2.2.6.1.La gestion des entrepôts :

La majorité des entrepôts sont gérés par l'entreprise propriétaire de l'installation. Toutes les fonctions du système peuvent être intégrées, rattachées ou coordonnées avec la gestion de l'entreprise.

Une analyse fonctionnelle doit être réalisée avant la conception de la gestion d'entrepôt. L'analyse examine le flux de matériaux, mettant en évidence les caractéristiques et le type d'installation, ainsi que ses composants.

Une bonne organisation et gestion de l'entrepôt permet d'avoir le stock nécessaire, d'offrir un meilleur service, de maximiser l'occupation, de réduire le temps consacré aux opérations internes (comme le transport), de contrôler l'inventaire et d'optimiser la localisation et le trafic.

[17]http://www.mecalux.fr/cours-logistique-entrepot(consulté le 09 mars 2022)

2.3. L'assurance :

Pour mieux comprendre le déroulement de l'assurance il est nécessaire de commencer par son histoire, puis la définir et de comprendre le rôle des intervenants dans cette dernière, sans oublié son mode fonctionnement.

2.3.1. L'historique de l'assurance :

L'assurance ne date pas d'hier, c'est le moins qu'on puisse dire. En effet on retrouve la première notion d'assurance depuis 1700 avant Jésus Christ sous le règne du roi Hammourabi de Babylone.

Dés l'Antiquité apparaissent des institutions proches de l'assurance. Depuis le Moyen Âge, les règles de l'assurance maritime sont mises en place. Mais c'est surtout à partir du 19e siècle que l'assurance moderne a pris son essor avec le développement progressif des principales branches d'assurance.[18]

2.3.2. Définition de l'assurance :

Aux termes de l'article 2 de l'ordonnance relative aux assurances, «l'assurance est au sens de l'article 619 du code civil, un contrat par lequel l'assureur s'oblige moyennant des primes ou des autres versement pécuniaires, à fournir à l'assuré ou aux tiers bénéficiaire au profit duquel l'assurance est souscrite une somme d'argent, une rente ou une autre prestation pécuniaire, en cas de réalisation du risque prévu au contrat ».[19]

Selon M. Joseph HEMARD, l'assurance est définie : « D'une manière générale, comme une réunion de personnes qui, craignant l'arrivée d'un événement dommageable pour elles, se cotisent pour permettre à ceux qui seront frappés par cet événement, de faire face à ces conséquences ».

L'assurance peut être définie comme étant un contrat par lequel, une personne assureur qui est le plus souvent une société spécialisée dans le domaine pour cette situation l'assureur s'engage à indemniser une autre personne nommée assuré moyennant une prime.

[18]Jérôme YEATMAN, manuel international de l'assurance, 2e édition, Ed.ECONOMICA, 2005, p.4.
[19]Idir KSOURI, les opérations du commerce international, BERTI édition, 2014, p.80

2.3.3. Le rôle de l'assurance :

La première mission de l'assurance est de réduire l'incertitude. Elle a pour but de protéger des patrimoines et des personnes, elle joue un rôle important dans l'économie, comme qu'elle joue un rôle social très important.

2.3.3.1.Le rôle économique :

L'assurance au plan économique est d'abord un moyen de crédit mais c'est aussi une méthode d'épargne et plus généralement un mode d'investissement.[20]

L'assurance remplit une fonction de crédit, facilite l'accès aux crédits, en renforçant les garanties offertes par l'assureur à ses souscripteurs, ce dernier permet à l'assurer de consentir des crédits à ses clients. Et c'est l'objet de l'assurance-crédit qui donne aux créanciers la certitude d'être payé en cas d'insolvabilité de son débiteur. De plus, le domaine de l'assurance sur la vie peut constituer un excellent placement pour le souscripteur, que ce dernier peut utiliser comme instrument de crédit par le moyen des avances sur police.[21]

L'assurance vient aujourd'hui de relayer les formes classiques du crédit, d'abord elle permet à l'assuré d'obtenir du crédit en renforçant les garanties qu'il offre à ses créanciers. Ensuite elle permet à l'assureur de consentir lui-même du crédit à ses clients.

Les fonds collectés par les sociétés d'assurance permettent aux pays d'investir, dans l'attente de reverser ces sommes aux assurés sous forme d'indemnisation, les sociétés placent ses fonds sur les marchés financiers en achetant des titres financiers.

La redistribution des primes collectées permet aux assurées de préserver leurs patrimoines et dynamiser le circuit économique.

[20]http://www.cours –de-droit.net/le-rôle-social-et-economique-de-l-assurance (consulté le 17 mars 2022 à 18:30)
[21]DADDI HAMMOU.M, Analyse du comportement du consommateur dans le marché algérien des assurances, ENSSEA (EX INPS), Ingénieur d'État en statistique appliquée, 2010 .P5.

2.3.3.2.Le rôle social de l'assurance :

L'assurance joue également un rôle social. « L'assurance vise à indemniser une partie des assurés qui sont victimes de sinistres, grâce aux cotisations prépayées par l'ensemble des assurés »

L'assurance est devenue une nécessité pour l'homme d'action et l'homme d'affaire. Elle doit s'adapter à ses besoins, s'étendre sans cesse à des risques nouveaux, et elle encourage de ce fait l'innovation.

Grace aux prestations de l'assureur, les assurés peuvent reconstruire leur maison, incendiée, remplacer les biens volés, effectuer les réparations nécessaires.

L'assurance permet de rendre les risques plus supportable aux agents économiques elle permet de les appréhender. En effet un industriel qui lance un projet peut l'entreprendre en toute sécurité en sachant qu'il a un contrat d'assurance qui le couvre en cas de réalisation d'un sinistre.

L'assurance vise à rendre les consommateurs plus conscients de leurs droits et de leurs responsabilités dans la vie économique et sociale en leur désignant les enjeux de leurs choix, tend à fournir aux consommateurs une information neutre, indépendante de toute publicité, aussi complète que possible sur les biens et les services.[22]

2.3.4. Les éléments d'une opération d'assurance :

Une opération d'assurance se compose des éléments suivants :

2.3.4.1.Le risque :

Le risque est l'éventualité de la survenue d'un fait dommageable tel que le vol, la perte, l'incendie, l'accident....

Le risque a un caractère aléatoire puisqu'il dépend d'un événement hasardeux provoquant le sinistre. En matière d'assurance le mot « risque » s'emploie également pour

[22]F.COUILBAULT, C.ELIASHBERG, M.LATRASSE,op-cité,P37.

désigner l'objet de la garantie. Il en est l'élément constitutif, c'est pourquoi il doit être défini avec la plus grande précision possible.[23]

L'assurance permet de prendre en charge (suivant les garanties du contrat) les éventuelles conséquences financières humaines et/ou matérielles. Il est alors possible de couvrir ce risque via un contrat d'assurance.

Selon la définition du risque ce n'est pas tous les risques qui sont assurables. Ce risque doit alors présenter certaines caractéristiques :

- Le risque doit être futur (l'événement ne doit pas être déjà réalisé).
- Le risque doit être aléatoire, il dépend du hasard, (le risque incertain mais toujours probable).
- Il doit être licite, c'est-à-dire non contraire à la loi.
- Il doit être involontaire, c'est-à-dire indépendant de la volonté de l'assuré.
- Il doit être réel, c'est-à-dire que le bien assuré doit exister.
- Il doit être assez courant pour permettre de calculer sa probabilité.
- Il ne doit pas être trop courant car il serait alors trop certain.[24]

2.3.4.2.Le sinistre :

Le sinistre est la réalisation d'un risque entrant dans l'objet du contrat d'assurance. Le sinistre fait naitre l'obligation pour une entreprise d'assurance d'exécuter la garantie prévue dans un contrat d'assurance.[25]

Un sinistre est un événement (incendie, décès...) qui fait jouer les garanties du contrat : indemnité, capital ou rente. Pour les assureurs de responsabilité civile, il n'y a sinistre que si la victime réclame un dédommagement au responsable assuré (source FFSA).

[23]François EWALD et jean-Hervé LERENZO,Encyclopédie del'assurance,Ed.Economica,paris1997, P.23.
[24]https://www.assurland.com(consulté le 19 mars à 20:00)
[25]André ROCHELLE, Livre d'assurance : top pratique, Paris édition : top 1999, P.180

2.3.4.3.La prime d'assurance ou cotisation :

La prime est la contribution que verse l'assuré à l'assureur en échange de la garantie qui lui est accordée. Elle est payable au départ de l'opération d'assurance ou de l'année d'assurance.

La prime correspond principalement au coût du risque auquel il convient d'ajouter les frais de fonctionnement de l'assureur (distribution et gestion) et les taxes éventuelles. Elle est donc le produit d'un calcul complexe qui repose avant tout sur l'évaluation prévisionnelle de la sinistralité. Pour ce faire, sont utilisés des outils statistiques qui déterminent de manière plus ou moins précise la probabilité de réalisation des événements garantis.[26]

Les primes ou cotisations doivent être suffisantes pour :

- Indemniser les sinistres survenus dans l'année.
- Couvrir les frais (d'acquisition, de gestion, d'encaissement) exposés par l'assureur.

2.3.4.4.La prestation de l'assureur :

C'est l'engagement pris par l'assureur en cas de réalisation du risque. Il s'agit, d'une manière générale, d'une somme d'argent destinée ; soit au souscripteur et assuré, soit à un tiers, soit au bénéficiaire.[27]

En pratique, il convient de distinguer deux sortes de prestations **:**[28]

- Des indemnités qui sont déterminées après la survenance du sinistre, en fonction de son importance.
- Des prestations forfaitaires qui sont déterminées à la souscription du contrat, avant la survenance du sinistre.

[26] https://www.activa-cameroun.com/ (consulté le 20 mars à 11:00)
[27] F.COUILBAULT, C.ELIASHBERG, M.LATRASSE, « Les grands principes de l'assurance », 5ème édition l'argus de l'assurance, Paris. P45
[28] Jérôme YETMAN, Manuel international de l'assurance, Ed.Economica, France, 1988, P.3.

2.3.4.5.La compensation au sein de la mutualité :

La mutualité est le principe de base de l'assurance selon lequel les cotisations modiques versées par chacun des membres d'un groupe de personnes (les assurés) sont utilisées et suffisent théoriquement à l'indemnisation de quelques-unes d'entre elles qui s'avèrent victime de l'événement assuré.[29]

L'assureur effectue une compensation entre les assurés sinistrés et ceux n'ayant pas subis de sinistres.

2.3.5. Les acteurs d'une opération d'assurance :

2.3.5.1.L'assuré :

L'assuré est la personne à laquelle s'appliquent les garanties du contrat d'assurance, sans qu'elle en soit nécessairement le souscripteur.

L'assuré se confond très souvent avec le souscripteur, redevable des primes, mais il peut être distinct. Il s'agit précisément, soit de celui qui est le propriétaire des biens assurés dans une assurance de bien, soit de celui dont la responsabilité est assurée dans une assurance de responsabilité, soit enfin de la personne dont le sort future engendre le risque.[30]

2.3.5.2.L'assureur :

C'est la personne qui s'engage, par un contrat d'assurance, à fournir les prestations prévues en cas de réalisation du risque. [31]

L'assureur est tenu de couvrir les risques qu'il a pris en charge, en règles les sinistres survenus, le gouvernement interviendra selon des délais qui variaient d'un contrat à un autre.

[29]LAMBERT FAIVRE.Y, Droit des assurances, édition : Précis Dalloz, Paris, 1986.P12.
[30]François EDWALD et Jean-Hervé LORENZI, Op.cit., P.432
[31]J.LANDEL, « Lexique des termes d'assurance », 5ème édition l'argus de l'assurance, 2005, P 55.

2.3.5.3.Le Souscripteur :

Le souscripteur est la personne qui souscrit un contrat d'assurance, c'est à dire qui signe les différents documents du contrat d'assurance (devis ou proposition d'assurance, questionnaire, conditions particulières) et qui s'engage à payer les primes dues à l'assureur.

Ce terme peut être remplacé par l'expression «preneur d'assurance» afin d'éviter toute confusion avec : souscripteur de société d'assurance, personne employée par une société d'assurance et qui chargée d'étudier les conditions de tarification et accepter ou refuser les contrats proposés par les intermédiaires d'assurance.

Le souscripteur n'est pas obligatoirement l'assuré, il peut souscrire un contrat d'assurance pour son propre compte, ou pour celui d'autres personnes indiquées aux conditions particulières.[32]

2.3.5.4.Le bénéficiaire :

Toute personne physique ou morale au profit de laquelle l'assurance a été contractée. Elle peut être désignée aux conditions particulières du contrat ou bien apparaitre dans les conditions générales les appellations de : conjoint suivant d'ayant droit ou encore d'hésiter né ou à naitre. Le bénéficiaire recevra l'indemnité due par l'assureur en cas de réalisation du risque assuré.

2.3.5.5.Un tiers :

«Un tiers, c'est un tout autre que moi » sont considérés être des tiers, toutes personne autre que l'assuré responsable. Deux personnes signent le contrat : l'assureur et l'assuré. Le tiers, c'est autrui, c'est-à-dire toute personne non engagée par le contrat».[33]

C'est la personne étrangère au contrat d'assurance n'ayant la qualité ni de souscripteur ni d'assuré. Toute personne non engagée par le contrat, autre que l'assuré responsable, son conjoint, leurs ascendants, et descendants.

[32]*http://*www.index-assurance.fr (consulté le 10/03/ 2022 à 15 :30)
[33]Catherine PARIS, le régime de l'assurance protection juridique, Ed Larcier, Bruxelles, 2004, P. 134.

2.3.6. Les types d'assurance :

Elles ont pour but de réparer les conséquences d'un événement dommageable affectant le patrimoine de l'assuré. Elles visent la protection du patrimoine.

Les assurances de dommages se subdivisent à leur tour en deux grandes catégories :[34]

2.3.6.1.Assurances de choses :

Garantissent les biens appartenant à l'assuré (garantie directe du patrimoine)

2.3.6.2.Assurances de responsabilités :

Qui garantissent les dommages que l'assuré pourrait causer à d'autres personnes. Il s'agit d'une garantie indirecte du patrimoine de l'assuré puisque l'assureur s'engage à payer à sa place les sommes nécessaires à la répartition des dommages causés. Ces sommes peuvent être considérables si les dommages sont importants, même supérieures au patrimoine total de l'assuré. En ce cas seule l'assurance permet au tiers d'être indemnisé de ses dommages, ce qui n'aurait pas été possible s'il s'était trouvé devant un responsable non assuré et non solvable**.**[35]

2.3.6.3.Les Assurances de personnes :

Les assurances de personnes couvrent les risques pouvant atteindre la personne même de l'assuré, il est protégé contre les risques qui le menacent. Ces assurances se subdivisent en deux catégories : les assurances sur la vie et les assurances individuelles (accidents et maladie).[36]

Les assurances individuelles accidents et maladie sont gérées en répartition.

[34]Jérôme YETMAN, manuel international de l'assurance, 2e édition, Ed, ECONOMICA, 2005, p.123.
[35]Idem, p.123 et 124
[36]Article56del'ordonnance95/07du25janvier1995relatifauxassurances.

2.4. Dédouanement :

2.4.1. Les régimes douaniers :

Les régimes douaniers diffèrent selon la destination des marchandises en fonction des besoins des opérateurs économiques. Ces régimes sont définis dans le code des douanes :

2.4.1.1.Régimes généraux:

Les plus communément employés sont :

- **La mise à la consommation :**

C'est un régime douanier qui permet aux marchandises importées de demeurer à titre définitif dans le territoire douanier. Ce régime implique l'acquittement ou la garantie des droits et taxes exigibles et l'accomplissement de toutes les formalités douanières exigées par la législation et la réglementation en vigueur.

- **L'exportation en simple sortie (exportation définitive).**

C'est un régime douanier applicable aux marchandises qui quittent le territoire douanier et qui sont destinées à demeurer définitivement en dehors de celui-ci.

2.4.1.2.Régimes douaniers économiques (R.D.E) :

Les RDE sont des instruments dérogatoires aux règles douanières et fiscales, selon des modalités qui diffèrent en fonction de la finalité économique de chacun de ces régimes.

Ils visent à renforcer la capacité concurrentielle des entreprises sur le marché, en autorisant certaines activités sous douane.

L'article 115 bis du code des douanes énumère les régimes douaniers économiques autorisés. Il s'agit :

- du transit;

- des entrepôts de douane (entrepôt public, entrepôt privé et entrepôt industriel)
- de l'admission temporaire (admission temporaire avec réexportation en l'état, admission temporaire pour perfectionnement actif)
- le réapprovisionnement en franchise;
- l'usine exercée;
- l'exportation temporaire (l'exportation temporaire avec exportation en l'état, exportation temporaire pour perfectionnement passif).

2.4.2. Procédure de dédouanement :

La procédure de dédouanement est l'ensemble des formalités à accomplir pour permettre et garantir l'application des diverses réglementations, douanières ou autres, auxquelles sont assujetties les marchandises importées ou destinées à l'exportation lors de leur placement sous un régime douanier.

2.4.2.1.La déclaration en détail des marchandises :

Le code des douanes autorise en son article 84, avant l'établissement de la déclaration en détail, au commissionnaire en douane d'examiner la marchandise destinée à l'exportation par la procédure dite « de permis d'examiner ».

La décision du 3 février 1999 portant modalités d'application de l'article 84 du code des douanes a expliqué les conditions de forme et de fond de cette procédure.

En vertu de cette décision, le commissionnaire en douane est autorisé, avant l'élaboration de la déclaration en détail, chaque fois qu'il est confronté à un manque d'informations ou à un doute, de mettre en œuvre cette procédure pour éviter de violer la réglementation douanière.

L'article 75 du code des Douanes dispose: « Toutes les marchandises importées ou réimportées, destinées à être exportées ou réexportées doivent faire l'objet d'une déclaration en détail... »

La déclaration en détail est l'acte juridique par lequel le déclarant :

- assigne un régime douanier à des marchandises déterminées;

- s'engage, sous la peine du droit, à accomplir les obligations découlant du régime douanier déclaré;
- paie les droits et taxes en cas de mise à la consommation
- fournit toutes les indications nécessaires pour permettre l'identification des marchandises en cause et l'application à ces marchandises des mesures dont le service des douanes ou autre service assure l'exécution en fonction du régime douanier déclaré (liquidation des droits et taxes, contrôle du commerce extérieur et établissement des statistiques).

En fait, la déclaration en détail est une «fiche d'identité » de la marchandise destinée à l'exportation.

2.4.2.2.Contrôles consécutifs à l'enregistrement des déclarations en détail :

Ces contrôles peuvent être documentaires ou/et physiques. Ils permettent de s'assurer de la régularité des énonciations de la déclaration en détail.

Après avoir été enregistrées, les déclarations en détail sont cotées aux vérificateurs pour exercer ces contrôles**.**

- **Contrôle documentaire :**

- **Contrôle de la recevabilité :**

Le premier examen des services des douanes est dit «contrôle de la recevabilité ». Il porte sur l'aspect purement formel des documents présentés, et à l'issu duquel les déclarations reconnues non recevables, pour manque de documents, sont mises en instance, c'est à dire le liquidateur suspend la procédure de dédouanement jusqu'à présentation des documents manquants.

- **Le contrôle documentaire :**

Permet de s'assurer de la concordance entre les énonciations mentionnées dans la déclaration et les éléments d'information figurant sur les documents y annexés.

Le contrôle documentaire est généralement effectué sur les documents suivant :

- **La facture commerciale :**

La facture commerciale doit comporter toutes les mentions prévues par le code des douanes (article 16) et le décret exécutif n° 95-305 du 7 octobre 1995 fixant les modalités d'établissement de la facture. Ces mentions sont notamment les noms et raisons sociales et adresses du vendeur et de l'acheteur, l'espèce de la marchandise, la quantité, le prix unitaire, le prix total et le prix global des marchandises, la monnaie de facturation, les conditions de vente (l'incoterm). Ces mentions doivent être authentifiées par le cachet et la signature du vendeur. La facture doit également être lisible, numérotée et datée.

La facture doit être domiciliée sauf dans certains cas prévus par la législation et la réglementation en vigueur. La domiciliation consiste en l'apposition, par la banque domiciliataire, sur la facture commerciale, d'un cachet humide comportant le nom commercial de la banque domiciliataire, le numéro de domiciliation attribué au dossier, la date de domiciliation, la signature et la griffe du chef de l'agence ou de son fondé de pouvoir.

- **Le connaissement :**

Le connaissement est délivré au chargeur après réception des marchandises, il comporte les mentions qui permettent d'identifier les parties au contrat, les marchandises à transporter et le fret à payer.

- **Le certificat d'origine :**

Le certificat d'origine est un document qui identifie les marchandises et dans lequel l'autorité habilité à le délivrer certifie explicitement que la marchandise à laquelle il se rapporte est originaires d'un pays donné.

- **La liste de colisage :**

La liste de colisage est un document où le vendeur indique, par colis, la nature, la quantité et le poids, net et brut des marchandises.

Ce document contribue à faciliter l'établissement de la déclaration en détail, notamment lorsque elle comporte plusieurs articles (plusieurs sous- positions tarifaires).

- **Examen de la facture commerciale:**

Cet examen doit porter, notamment sur les éléments suivants :

- le prix unitaire
- le prix global
- le mode de transport
- les banques intermédiaires
- l'adresse du fournisseur
- l'adresse du client
- les modalités de paiement
- la monnaie de paiement

Le vérificateur doit s'attacher à reconnaître les vraies factures commerciales. Il peut refuser le dédouanement d'une marchandise pour manque de l'un des éléments cités ci-dessus.

- **l'espèce tarifaire:**

L'espèce tarifaire est la désignation commerciale attribuée par le tarif aux marchandises.

Dans le cadre de l'examen de l'espèce tarifaire, le vérificateur doit s'assurer de la concordance entre le libellé écrit en toutes lettres (dénomination commerciale de la marchandise) et sa transcription en chiffres. Il fait référence au tarif douanier en vigueur.

- **La valeur des marchandises:**

La détermination de la valeur en douane de la marchandise sert à asseoir les droits de douane et autres impositions.

La valeur en douane au sens de l'article 16 du code des douanes repose sur la valeur transactionnelle c'est à dire le prix effectivement payé ou à payer.

- **l'origine des marchandises :**

Le service des douanes doit s'assurer de l'exactitude de l'origine des marchandises, car la quotité des droits et taxes à payer y est étroitement liée.

En effet, certaines conventions commerciales et tarifaires signées par l'Algérie prévoient l'exonération en matière de droit de douane.

2.4.2.3.Vérification des marchandises:

La vérification des marchandises est l'ensemble des opérations matérielles effectuées, afin de s'assurer de la conformité des marchandises déclarées par rapport aux énonciations de la déclaration en détail et aux documents commerciaux y annexés.

La visite des marchandises permet de déceler d'éventuelle manœuvre frauduleuse dans :

- L'origine des marchandises ;
- L'espèce tarifaire des marchandises ;
- La valeur (majoration ou minoration) des marchandises ;
- La quantité et le poids réel des marchandises non déclarées.
- Déclaration ou non du fret (frais de transport).

➢ **Résultats de la vérification des marchandises :**

Il existe deux (02) cas de figure en matière de suite à donner aux marchandises vérifiées:

- **Cas de la vérification conforme aux énonciations de la déclaration:**

Dans le cas où les résultats de la vérification sont conformes aux énonciations de la déclaration en détail, le vérificateur en fait mention dans le corps de cette déclaration à l'endroit réservé à la reconnaissance du service. Une fois les droits et taxes acquittés ou garantis, la marchandise peut être enlevée.

- **Cas des résultats de la vérification différents des énonciations de la déclaration:**

Lorsque le service des douanes constate une différence entre les marchandises présentées et les termes de la déclaration en détail, notification est faite au déclarant, qui est invité à accepter la reconnaissance du service.

2.4.2.4.Les circuits de la déclaration:

Les déclarations sont orientées par le système SIGAD vers trois circuits :

- **Le circuit vert :**

Les déclarations orientées vers le circuit vert ne font pas l'objet de contrôle immédiat, est-à-dire que les déclarations ne sont pas contrôlées et les marchandises ne sont pas vérifiées. Les marchandises sont enlevées dès le dépôt de la déclaration et l'acquittement des droits et taxes par le déclarant. Peuvent bénéficier de ce circuit, entre autres, les opérateurs économiques agréés.

- **Le circuit orange :**

Les marchandises qui sont enlevées suite à un contrôle documentaire sont celles, dont les déclarations ont été orientées par le système SIGAD vers le circuit orange.

- **Le circuit rouge :**

Les marchandises enlevées après un contrôle documentaire et vérification de tout ou partie des marchandises déclarées sont celles orientées par le système SIGAD vers le circuit rouge.

Après avoir procédé à un contrôle documentaire, l'inspecteur vérificateur procède à la vérification de tout ou partie des marchandises déclarées.

2.4.2.5.La liquidation et le recouvrement des droits et taxes :

- **Etablissement (liquidation) de la créance douanière** :

Après vérification de la déclaration et éventuellement des marchandises, le service des douanes procède à la liquidation des droits et taxes exigibles, c'est à dire au calcul du montant de l'imposition due par le redevable.

- **Base de l'imposition :**

Les droits et taxes sont appliqués d'après les énonciations de la déclaration en détail, rectifiées éventuellement selon les résultats de la vérification physique des marchandises (article 102 du code des douanes).

- **Détermination des droits applicables :**

Il s'écoule souvent plusieurs jours entre le moment où la marchandise pénètre dans le territoire douanier et celui où s'achèvent les formalités de dédouanement.

- **Paiement (recouvrement) des droits et taxes :**

- **Principe : Le paiement au comptant,**

Le recouvrement des droits et taxes se fait selon le principe du paiement au comptant et avant enlèvement des marchandises par le redevable.

L'article 105 du code des douanes dispose que « Les droits et taxes ainsi que tous autres montants dus à l'administration des douanes, sont payables en numéraire ou par tout autre moyen de paiement ayant pouvoir libératoire, par le déclarant ou toute autre personne agissant pour son compte … »

Ce principe est confirmé par l'article 109 du code des douanes qui dispose à son tour que « L'autorisation d'enlèvement des marchandises ne peut être donnée par l'administration des douanes qu'après que les droits et taxes dus aient été préalablement payés, consignés ou garantis».

- **Dérogation :**

Si le principe est le «paiement au comptant » avant enlèvement des marchandises, le code des douanes prévoit quelques exceptions à cette règle. Il s'agit de :

- Crédit de droits.

- Crédit d'enlèvement.

2.4.2.6.L'enlèvement des marchandises :

Les marchandises ne peuvent être enlevées sans l'autorisation du service des douanes.

La remise du bon à enlever constitue l'autorisation d'enlèvement des marchandises.

La délivrance du BAE à l'importation est faite après acquittement, consignation ou garantie des droits et taxes et éventuellement, après souscription d'un engagement jugé nécessaire pour garantir la production ultérieure de certains documents (D48).

À l'exportation, dès que l'agent chargé de la visite ou qui a admis pour conforme les éléments de la vérification vise et date le bon à enlever, l'enlèvement des marchandises peut être effectué.

L'enlèvement des marchandises implique que le déclarant peut disposer, librement, de ses marchandises.

2.5. Les modes de paiement :

Dans toutes les transactions, qu'elles soient commerciales ou boursières, les conditions financières du contrat sont déterminantes. Par conséquent, l'opération choisira le mode et la technique. Par conséquent, les opérations choisiront le mode et la technique de paiement appropriés pour chaque situation.

2.5.1. Les instruments de paiement :

Si les modalités de paiement des exportations sont très variables, elles induisent obligatoirement un paiement par l'utilisation d'un support.

2.5.1.1.La lettre de change ou traite :

La lettre de change appelée également « traite » est un écrit par lequel une personne (le tireur) donne l'ordre à une autre (le tiré) de payer à une certaine échéance une somme déterminée à un bénéficiaire en général le tireur lui-même. Dans la pratique, le tireur, souvent bénéficiaire, expédie la traite au tiré pour que celui- ci la lui retourne acceptée, c'est-à-dire signée. En effet, ces avantages matérialisent une créance qui peut être escomptée auprès d'une banque et détermine précédemment la date de paiement. L'inconvénient de cet instrument reste soumis à l'acceptation de l'acheteur.[37]

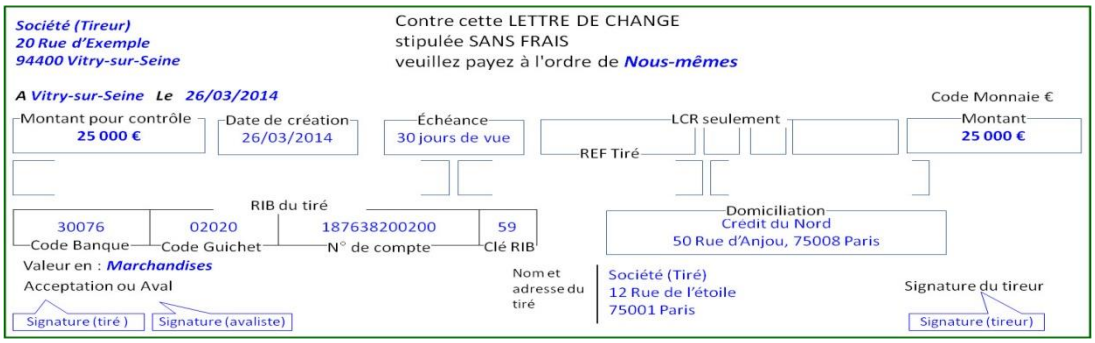
Tableau 1.2 : Les avantages et les inconvénients des la lettre de change :

Les avantages	Les inconvénients
- L'initiative de vendeur. - Il matérialise une créance qui peut, dans certains cas, être mobilisée auprès d'une banque. - Il détermine précisément la date d'échéance.	- La lettre de change ne supprime pas les risques d'impayé, de perte et de vol. - Elle est soumise à l'initiative de l'acheteur. - Risque de change pendant le délai technique d'encaissement si le montant est libellé en devises.

Source : Hubert martini, « techniques de commerce international », DUNOD, à jour au 1er semptembre2017, 11 rue Paul BERT 92240 Malakoff p.180.

[37]LUC BERNET ROLLANDE, « Principe de techniques bancaire »édition DUNUD, Paris 1995, p10.

Figure 2 : la lettre de change



2.5.1.2.Le chèque :

Le chèque est un document par lequel le tireur (l'importateur) donne l'ordre au tiré (banque de l'importateur) de payer une certaine somme au bénéficiaire (l'exportateur).

Le chèque est un ordre écrit et inconditionnel de paiement à vue, en faveur d'un bénéficiaire. Peu coûteux et très répandu dans le monde, le chèque se caractérise par de nombreux inconvénients. L'inconvénient majeur de cet instrument réside dans l'acheminement postal qui rallonge les délais d'encaissement et accroît les risques de perte du chèque.[38]

Tableau 1.3 : Les avantages et les inconvénients d'un chèque :

Les avantages	les inconvénients
- Facilité d'utilisation. - Commissions faibles sur les chèques.	- Emission à l'initiative de l'acheteur.

2.5.1.3.Le billet à ordre :

C'est un écrit par lequel un souscripteur (le débiteur) s'engage à payer au créancier (le bénéficiaire) une somme fixée à une date et à un lieu donnés .Son avantage principal est sa simplicité et la possibilité d'une mobilisation immédiate par l'escompte .Les limites du billet à Ordre sont fortes, il fait courir en particulier des risques non négligeable de non-

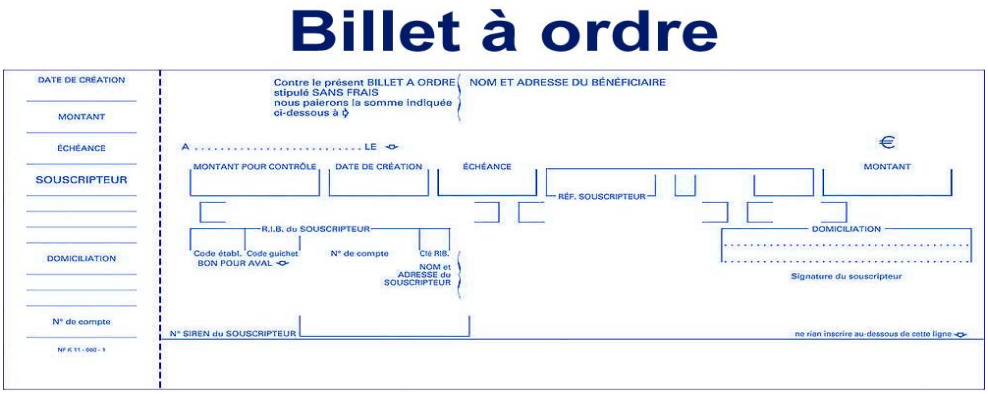
[38]Mayer. V, Rolin. C : « Techniques du commerce international », édition Marie-Odile Morin, 2000, p90.

paiement, de non transfert des fonds, d'émission tardive d'erreurs quant à la somme, la date ou le lieu. Cet instrument est peu utilisé dans les transactions importantes à l'international.[39]

Tableau 1.4 : Les avantages et les inconvénients d'un billet à ordre

Les avantages	Les inconvénients
- Simplicité - Possibilité de mobilisation. - Reconnaissance de dette matérialisant une créance commerciale	- Les erreurs. - Risque de vol, perte. - Le billet à ordre ne supprime pas les risques d'impayés. - Emis à l'initiative de l'acheteur.

Figure 3 : billet à ordre



2.5.1.4.Le virement bancaire :

Le virement bancaire est le transfert d'un compte à un autre, opéré par une autre banque sur ordre de l'importateur (débiteur), au profit de l'exportateur (le créancier). L'ordre peut en être monnaie nationale ou en devise étrangère.

Ce système est rapide et sûr grâce à des procédés de sécurisation des transactions et informations très sophistiquées. De plus, l'utilisation du virement est facile et ce système fonctionne en continu tout au long de l'année.

[39]Code commerce (Office National Des Travaux Déductifs) 1974, p388.

Outre les moyens de paiement et les emprunts, l'exportateur peut aussi réduire son risque financier par l'achat d'assurances spécifiques à l'exportation auprès de la compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX) en ce qui concerne les exportateurs algériens.

Tableau 1.5 : Les avantages et les inconvénients de virement bancaire :

Les avantages	Les inconvénients
- Très rapide et sûr sur le plan technique. - Peu onéreux. - Pas de risque d'impayé si le virement est fait avant expédition.	- Emission à l'initiative de l'acheteur. - Temps plus ou moins selon le circuit bancaire utilisé. - Risque de change si le virement est libellé en devises.

Source : Hubert martini, « techniques de commerce international », DUNOD, à jour au 1er semptembre2017, 11 rue Paul BERT 92240 Malakoff p179.

2.5.2. Les techniques de paiement :

Les techniques de paiement les plus élaborées et les plus adéquates dans ce cas sont « le crédit documentaire, la remise documentaire et l'encaissement simple».[40]

2.5.2.1.La remise documentaire :

C'est une procédure recouvrement dans laquelle une banque à reçu mandat d'un exportateur d'encaisser une somme due par un acheteur contre remise des documents. Le vendeur fait généralement établir les documents de transport à l'ordre de la banque de l'acheteur ou une banque dans le pays de l'acheteur. Celles-ci doivent remettre les documents commerciaux et de transport à l'acheteur. Contre paiement ou acceptation d'effets de commerce. La remise documentaire est soumise à des règles et usances uniformes.[41]

[40]Luc BERNET-ROLLANDE, Principes de technique bancaire, éditions DUNOD, Paris 2008, p 368.
[41]Ghislaine Legrand, Hubert martini, « commerce international »,2eme édition, DUNOD, paris, 2008, p 145

2.5.2.1.1. Les intervenants de la remise documentaire :

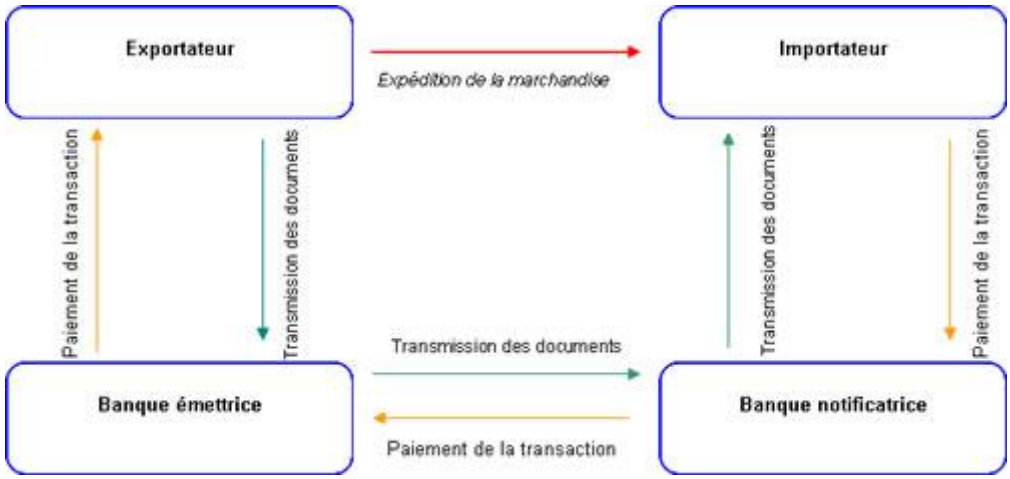
- **Le donneur d'ordre :** C'est le vendeur (exportateur) qui donne mandat à sa banque. Il doit rassemble les documents relatifs à l'encaissement et les transmets à sa banque avec l'ordre d'encaissement.
- **La banque remettante :** C'est la banque du vendeur à l'opération a été confiée par le vendeur.
- **La banque présentatrice :** C'est la banque à l'étranger chargée de l'encaissement qui effectue la présentation des documents à l'acheteur et ne les remettra que si elle reçoit le règlement ou une traite, conformément aux instructions reçues de la banque remettante.[42]

2.5.2.1.2. Le mécanisme de déroulement d'une remise documentaire :

- Conclusion du contrat commercial.
- L'exportateur expédie la marchandise vers le pays de l'importateur.
- Les documents sont remis à la banque remettante.
- La banque remettante remet les documents à la banque présentatrice.
- La banque présentatrice transmet les documents à l'importateur contre paiement acceptation.
- L'acheteur paie ou accepte les effets et reçoit les documents.
- Présentation des documents au transporteur pour prendre procession le la marchandise.
- La banque présentatrice règle la banque remettante.
- La banque remettante paie l'exportateur.

Figure 4 : Le mécanisme de déroulement d'une remise documentaire

[42]Zourdani Safia, p 61.



Source: G.lagrand, H.martini, « management des opérations du commerce international », édition Donod, paris, 2003, p100

2.5.2.2.Le crédit documentaire :

Le crédit documentaire est l'engagement pris par la banque d'un importateur de garantir à l'exportateur le paiement des marchandises (ou l'acceptation d'une traite) contre la remise de documents attestant de l'expédition et de la qualité des marchandises prévues au contrat.[43]

Le Crédit Documentaire est soumis aux Règles et Usances Uniformes de la Chambre de Commerce Internationale dont la dernière révision date du 1er juillet 2007.

2.5.2.2.1. Les intervenants

- **Le donneur d'ordre :** C'est l'acheteur. Il donne toutes les instructions nécessaires à sa banque (banque émettrice) sur un document appelé demande d'ouverture de crédit documentaire. Il est de l'intérêt des deux parties de préparer ensemble un projet de demande d'ouverture lors de la négociation commerciale afin d'éviter ultérieurement les avenants au crédit documentaire.[44]
- **La banque émettrice :** C'est la banque de l'acheteur qui, sur instructions de ce dernier, ouvrira le crédit documentaire en faveur du vendeur auprès d'une banque généralement située dans le pays du vendeur. Attention! Si rien n'est

[43]Guide de l'exportateur - CCI International Champagne-Ardenne – 2015, p 9
[44]LUCIAS, Laurence, Studer-Laurence, Joselyne, « Vendre plus, acheter mieux à l'international », Vuilbert, 2003, p142

précisé dans le contrat commercial, l'acheteur préférera ouvrir le crédit documentaire auprès d'une banque correspondante dans le pays du vendeur.

- **La banque notificatrice :** C'est la banque qui, sur instructions de la banque émettrice, doit informer le bénéficiaire de l'ouverture du crédit documentaire en sa faveur.
- **Le bénéficiaire :** C'est le vendeur qui a reçu la notification du crédit documentaire. Il doit vérifier la faisabilité de l'opération avant de remettre la liasse documentaire exigée par l'acheteur, dans les délais prévus, à la banque qui a donné son engagement de paiement.[45]

2.5.2.2.2. Typologies des crédits documentaires :

Selon le degré de sécurité croissant pour l'exportateur et de coût plus élevé pour l'importateur, le crédit documentaire peut être soit :

- **Révocable :**

C'est crédit qui peut être amendé ou annulé à tout moment sur simple décision de l'acheteur.[46]

- **Irrévocable :**

La banque émettrice est seule engagé au paiement et ne peut modifier ou annuler son engagement sans l'accord de toutes les autres parties (l'acheteur, le vendeur et la banque notificatrice) : ce type de Credoc protège l'exportateur du risque de non-paiement ou risque commercial. Cependant, l'exportateur demeure tributaire de la banque émettrice à l'étranger et doit supporter le risque politique, risque de non-transfert de fond (cessation de paiement du fait d'une catastrophe naturelle dans le pays ou d'un changement de la politique de change suspendant par conséquent les transferts de devise vers l'étranger, voire d'un coup d'Etat).

- **Irrévocable et confirmé :**

[45]LUCIAS, Laurence, Studer-Laurence, Joselyne, « Vendre plus, acheter mieux à l'international », Vuilbert, 2003, p143

[46]Artte Combes-lebourg, « management des opérations de commerce international », Edition ESKA, rue du quatre septembre -75002, Paris, p117.

Ce crédit assure à l'exportateur un double engagement de paiement, celui de la banque émettrice et celui d'une banque dans le pays de l'exportateur (banque confirmatrice), qui est généralement la banque notificatrice. Cette confirmation est demandée soit par la banque émettrice sur instructions de l'importateur, soit sollicitée par l'exportateur auprès d'une banque de son pays. Ce crédit est le plus sûr, car il couvre les risques de non-transfert, les risques politiques, tout en réduisant les délais de paiement. Il constitue, cependant, la forme la plus coûteuse pour l'importateur.

2.5.2.2.3. Les modes de réalisation :

Crédit réalise par forme de paiement :[47]

- **Paiement à vue :**

Le vendeur reçoit le paiement de ses documents par l'établissement financier désigné dès que celui-ci les a reconnus conformes.

- **Paiement différé :**

La banque désignée paie le bénéficiaire à la date stipulée dans le crédit .dans le cas d'expéditions partielles autorisées, le paiement peut se réaliser à plusieurs échéances successives.

- **Acceptation :**

La créance du bénéficiaire est matérialisée par une traite émise par le bénéficiaire (le tireur) tiré sur la banque émettrice. En aucun cas, la traite ne doit être tirée sur le donneur d'ordre (l'acheteur), dans la mesure où le bénéficiaire dispose d'un engagement irrévocable d'une banque.

- **Négociation :**

En fonction de ses considérations propres, l'exportateur souhaite parfois le paiement avant l'arrivée à échéance de la traite. Il devra recourir dans ce cas à la négociation de sa traite, avec la banque, en vue d'aboutir à l'escompte de cette dernière,

[47]Ghislaire Legran, Hubert martini, « gestion des opérations import- export », DUNOD, Paris, 2008, p141.

s'occupe de toutes les opérations liées au transport (assurance, transport, formalités douanières et acheminement jusqu'à destination) jusqu'à livraison chez l'acheteur.

Le transfert des frais et risques se fait à la livraison chez l'acheteur, lorsque les marchandises sont prêtes pour le déchargement au lieu de destination convenu. Le déchargement incombe, en frais et risques, à l'acheteur.[56]

- **DPU (Delivred at Place Unloaded, Rendu au lieu de destination déchargé) :**

L'Incoterm DPU 2020 remplace l'Incoterm DAT 2010. La différence avec l'ancien Incoterm DAT 2010 (Delivered At terminal – Rendu au terminal) est que le lieu de destination peut être n'importe quel lieu et pas seulement un « terminal ». Toutefois, si ce lieu de livraison/destination ne se trouve pas dans un « terminal », le vendeur doit s'assurer que le lieu où il prévoit de livrer les marchandises est un lieu où il lui sera possible de décharger les marchandises.[57]

Le vendeur livre les marchandises à l'acheteur, au lieu de destination désigné, déchargées du moyen de transport arrivant à destination.

Le vendeur assure tous les risques de perte et de dommages que les marchandises peuvent subir jusqu'à ce qu'elles soient livrées au lieu de destination convenu, soit jusqu'après leur déchargement. La règle DPU est la seule règle Incoterm qui oblige le vendeur à décharger les marchandises à destination.

Conclusion :

Ce chapitre nous a permis de comprendre les différents composants et acteurs clés et essentiels qui contribuent au bon déroulement de la logistique internationale. La complexité de la logistique internationale demande à chacun de ses acteurs une extrême prudence et beaucoup de professionnalisme.

[56]Zourdani Safia, Le financement des opérations du commerce extérieur, cas : de la BNA, mémoire de magistère en Sciences économique, option : monnaie finance banque, université Mouloud Mammeri, TiziOuzou, 2012, p 71

[57]https://www.douane.gouv.fr/ les-nouvelles-regles-incotermsr-2020-et-la-valeur-en-douane (consulté le 21 février à 22:00)

Chapitre 02 : Processus d’exportation

Chapitre 02 : Processus d'exportation

Introduction

Les entreprises exportatrices trouvent des difficultés liées à la complexité de l'environnement international. De ce fait, elles doivent adopter une approche export qui limite les risques et évite les entraves ou perturbations.

Dans ce chapitre nous allons définir d'abord l'exportation, et présenter ses différentes étapes, puis les exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Section 01 : Les démarches d'exportation

Dans cette section nous allons définir l'exportation et encadrer le déroulement de processus d'exportation en mettant en évidence les différentes étapes nécessaires pour la réussite de l'opération.

1.1 Définition d'exportation :

L'exportation est l'action de vendre à l'étranger une partie de la production de biens ou de services d'un ensemble économique, pays ou région.[58]

« On entend par l'exportation, la vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine. L'exportation peut être directe ou indirecte ».[59]

« Les exportations comprennent tous les biens neufs ou existants vendus ou non qui sortent définitivement du territoire économique, ainsi que tous les services rendus par des résident à des non résidents, à l'exception des services consommé sur territoire économique par les ménages non-résidents ».[60]

[58]BERHO C., « Marketing international », Editions Dunod, Paris, 2002, p33
[59]Mayrhofer.U « management stratégique », édition Bréal, 2007, P106
[60] BoudjemaR_In « cours de comptabilité nationale « »INPS, TomeI, p, 194

1.3.1.1.Le diagnostic interne :

À partir de ce diagnostic, le dirigeant doit dégager l'ensemble des moyens qu'il pourra mettre au service du projet export

L'étude de 4 fonctions à savoir :

- **fonction technique:**

Cela consiste à étudier principalement :

- La capacité de production de l'entreprise par rapport à la demande (notation de seuil et taille critique de l'entreprise).
- La capacité d'adaptation en terme qualitatif.
- La maîtrise des coûts de fabrication ainsi que la qualité des produits fabriqués.
- L'avancée technologique du produit pour savoir son avantage concurrentiel.
- Son aspect normatif.

- **Fonction financière:**

Vendre à l'étranger coûte plus cher (frais de déplacements, transports...)

Il y a trois notions comptables :

- Capacité d'investissement de l'entreprise.
- Marge bénéficiaire de l'entreprise (quelles sont les charges d'exploitation supplémentaires et les marges que l'on pourra accorder à de nouveaux intermédiaires ?).
- Situation de trésorerie de l'entreprise (quels délais avant les premiers retours sur investissements ?).

- **Fonction humaine :**

Evaluer l'ensemble des compétences humaines sur lesquelles on va s'appuyer dans cette démarche export.

Il s'agit de savoir si l'entreprise a l'habitude d'exporter (parité monnaies, douanes etc.) ainsi que les compétences linguistiques du personnel. De plus, l'entreprise peut elle embaucher un commercial ?

- **Fonction commerciale :**

C'est la capacité de l'entreprise à s'attaquer à de nouveaux marchés, ce qui nécessite la mise en place d'une stratégie commerciale efficace et durable. Le marketing mix ou le 4P : Place / Prix / Promotion / Produit considère 4 axes déterminants :[67] 73

- La structure et l'organisation de l'offre ⟶ Product
- Le prix ⟶ Price
- Les canaux de distribution et les systèmes de vente ⟶ Place
- Les moyens promotionnels et publicitaires ⟶ Promotion

1.3.1.2.Le diagnostic externe :

Il sert à évaluer les opportunités et les menaces qui existent pour l'entreprise sur le marché qu'elle vise. Dans ce diagnostic on étudie 3 aspects du marché étranger : l'environnement, la demande, l'offre.

- **L'environnement :**

Il faut connaître tous les contextes du marché étranger, l'environnement politique, démographique, économique, technologique et savoir s'il ne va pas y avoir de frein majeur pour le développement de notre produit.

- **La demande :**

Il faut regarder l'aspect qualitatif et quantitatif.

Il faut définir :

[67]Christophe CHAPTAL, « La chaine de valeur de l'offre : maitrise de processus, stratégie, marketing, désigne et communication », De boeck, 2015, p47

- La demande pour notre produit sur le marché étranger.
- Le nombre d'acheteur potentiel.
- Le chiffre d'affaire prévisionnel.
- Le type de consommateurs.

➢ **L'offre :**

Dans l'étude de l'offre, il faut mesurer notre position concurrentielle sur ce nouveau marché. Cela par l'étude de différents paramètres :

- Caractéristique de produit.
- Prévision de nouveautés technologiques.
- Place dans le cycle de vie des produits.

1.3.2. Identification et sélection des marchés cibles :

Pour réussir à exporter et garantir une présence durable sur le marché, les entreprises doivent identifier les marchés d'exportation cibles et estimer le plus précisément possible le potentiel d'exportation de leurs produits sur ces marchés.

Les études de marché sont des investigations sous diverses formes réalisées par un service de l'entreprise ou par un fournisseur d'informations externes afin de répondre à un besoin en information.[68]L'étude de marché est indispensable, elle permet de gagner du temps et de l'argent.

L'entreprise peut utiliser deux types de sources : indirectes et directes. Les sources indirectes comprennent les documents d'informations : journaux, autres études de marché, livres, etc. ainsi que les sources internet. Les sources directes sont des sources humaines : spécialistes de l'export et client futurs de l'entreprise.

Elle doit également tenir compte des données dites « internationales » tels que les douanes du pays, les méthodes de paiement (échange de devises, transaction international) ou des partenariats locaux.

[68]Gaétan TEJE, Plan marketing et stratégie d'entreprise, L'Harmattan, 2016, p32

À FH VWDGH OH UHVSRQVDEOH GH O¶DFFRPSDJQ
sélectionner le marché cible. Il faut donc identifier les marchés et les pays potentiels pour
G¶pYHQWXHOOHV H[SRUWDWLRQV HW FKRLVLU OHV SOXV
promoteurs.[69]

1.3.3. La stratégie d'exportation :

3RXU DFKHPLQHU VHV SURGXLWV DX[FRQVRPPI
H[SRUWDWULFH GRLW FKRLVLU SDUPL OHV GLIIpUHQWV
seront le plus en adéquation avec sa situation et ses objectifs. En fonction de la nature du
FRQWU{OH TXH O¶HQWUHSULVH VRXKDLWH H[HUFHU V

premier ordre. De même le positionnement du produit implique la prise en compte d'une stratégie de marque.[70]

Les éléments dont l'exportateur doit tenir compte lors de l'élaboration de sa stratégie produit sont les suivantes :[71]

- **Positionnement du produit** : Haut de gamme, moyenne et bas de gamme. Un bon positionnement aide l'entreprise à établir sa stratégie de promotion et de prix.
- **Qualité :** Il s'agit de s'assurer de la qualité du produit. Les erreurs de fabrication ainsi que les retours des marchandises sont très coûteux à l'étranger. De plus, l'entreprise aura peut-être à s'assurer que ses produits répondent à certaines normes de qualité, par exemple les normes ISO 9001.
- **Le design et l'apparence, l'emballage, la crédibilité de la marque, la réputation de la compagnie et les normes de qualité :** peuvent être autant de facteurs que l'acheteur prendra en considération pour choisir ou non le produit de l'entreprise.
- **Emballage :** L'emballage peut devenir un avantage concurrentiel sur le marché étranger. Un emballage bien conçu facilitera le choix de l'acheteur tout en représentant une valeur promotionnelle pour l'entreprise.
- **Etiquetage :** Le produit exporté doit répondre aux normes de chaque pays en matière d'étiquetage. L'étiquette doit contenir toutes les renseignements exigés par les organismes gouvernementaux.

1.3.3.2.La stratégie commerciale :

La stratégie commerciale est une déclinaison de la stratégie d'ensemble de l'entreprise en direction des clients. Elle s'appuie donc sur une stratégie élaborée par la direction générale et, le cas échéant, par la direction marketing. C'est en effet grâce à une bonne connaissance de l'environnement et une bonne appréciation du marché qu'il est possible de bâtir une stratégie commerciale viable et pertinente.[72]

[70]David HURON, Décisions et stratégies Marketing, Gualino éditeur, p239
[71]J.L. Amelon, J.M. Cardebat, Op, Cit, p202.
[72]Isabelle BARTH, le management commerciale, DUNOD 2ème édition, p37

L'entreprise doit s'assurer d'établir son prix d'exportation en tenant compte :

- Des coûts de production, des coûts de transport et de distribution.
- De la stratégie de vente du produit.
- De la marge bénéficiaire suffisamment élevée pour parer aux imprévus.

1.3.3.3.La stratégie de communication :

Elle représente les moyens de promouvoir d'un produit : [73]

- **Publicité :** Il peut être essentiel pour une entreprise nouvellement exportatrice de faire connaître son produit par le biais de la publicité. Il existe plusieurs canaux publicitaires pour faire connaître l'entreprise et son produit ; les revues professionnelles sont spécialisées ainsi que les catalogues en sont de bons exemples mais ça dépend toujours de la segmentation et du ciblage effectué ;

- **Les foires et missions commerciales** : Elles constituent un moyen efficace de faire connaître son produit à des clients potentiels. Elles permettent aussi de valider les informations recueillies lors de l'étude de marché. Elles peuvent enfin renseigner sur les compétiteurs et les produits sur le marché.

1.3.4. L'expédition :

Après avoir terminé les étapes précédentes, pendant le processus d'exportation, l'expédition est la dernière étape qu'un exportateur doit franchir après avoir les moyens de transport et les Incoterms appropriés.

1.3.4.1.Les modes de transport :

Il n'existe pas de mode de pénétration optimal, le choix d'un mode de transport doit permettre de pénétrer le marché choisi et toucher sa clientèle cible.

[73]J.L. Amelon, J.M. Cardebat, Op, Cit, p203.

Le choix d'un mode de transport peut être effectué en fonction de la disponibilité du moyen de transport, de ses qualités (capacité, rapidité, sécurité, conformité aux réglementations applicables aux marchandises, au commerce...), et de son coût.

Tableau 2.1 : Les modes de transport

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
Transport routier	- Service en porte à porte, sans rupture de charge - Délais relativement rapides - Souplesse d'utilisation. - Complément indispensable des autres modes de transport.	- Sécurités et délais varient selon les pays parcourus et les conditions climatiques. - Peu adapté aux grandes quantités. - Coût élevé pour les destinations lointaines.
Transport aérien	- Rapidité, sécurité pour la marchandise. - Diminution des frais financiers de stockage. - Emballages et assurances moins coûteux	- Coût au kilo relativement élevé - Capacité limitée. - Prohibe à certains produits dangereux
Transport maritime	- Taux de fret intéressant sur certaines destinations. - Prix avantageux - Adapté aux expéditions lointaines.	- Assurance plus élevée et emballage plus couteux - Délais et sécurité parfois aléatoires.
Transport ferroviaire	- Adaptation aux longues distances et aux tonnages importants - Coût avantageux et rapidité pour les longes distances. - Fluidité du trafic et respect des délais.	- Inadapté aux distances courtes. - Nécessite un pré et un post- acheminement

Source : Corinne Pasco « commerce international »,2eme édition, dunod, paris, 1999, p59.

Chapitre 03 : Les contraintes logistiques durant l'exportation des produits hors hydrocarbures en Algérie

Introduction

Les entreprises algériennes ont une présence très faible sur les marchés étrangers. Cela s'est longtemps traduit par une part faible à négligeable des exportations hors hydrocarbures.

Dans ce chapitre, nous décrirons les principales difficultés et contraintes rencontrées par les entreprises exportatrices dans leur processus d'exportation qui freinent et souvent découragent les exportateurs réels mais aussi potentiels, et présenter les dispositifs d'aides et de facilitation des exportations hors hydrocarbures.

Section 01 : les contraintes logistiques à l'export en Algérie

1.1.Les contraintes liées à l'expédition des marchandises :

Les étapes de l'expédition sont plus ou moins longues et complexes. L'opération n'est pas à l'abri des éventuelles difficultés.

Pour réussir ces opérations ou ces échanges entre deux ou plusieurs entreprises de différents pays, il faut que toute entreprise prendre en compte les différentes contraintes tels que : les contraintes de conditionnement de marchandise, les contraintes liées aux entrepôts, les contraintes liées aux conteneurs.

1.1.1. Les contraintes de conditionnement des marchandises :

Les produits expédiés sur de longues distances nécessitent parfois des précautions particulières

C'est difficile de réduire les coûts et faciliter la reconnaissance du produit notamment par les gens qui se déplacent d'un pays à un autre à cause de :

- Les caractéristiques du produit : sa nature, sa fragilité, sa sensibilité aux variations climatiques, et sa possibilité de démontage.

- Les règlementations liées au produit lui-même (produits alimentaires, matières dangereuses) ou au pays de destination (certains pays exigent des emballages recyclables).

- Les choix logistiques de l'exportateur en matière de mode de transport, de conditions de stockage, et du nombre de rupture de charges.

Plusieurs recherches sur le terrain ont démontré que plusieurs types d'emballages ne supportent pas les contraintes normales du voyage auxquelles seront soumises les marchandises.[83]

- Contraintes de poids et de volume.
- Résistance à la pression et aux intempéries (mouilles, humidité, chaleur) dans les véhicules de transport et les entrepôts de stockage.
- Résistance aux chocs, secousses, lors des opérations de manutention et de transport.

1.1.2. Les contraintes liées aux entrepôts :

L'entrepôt est un lieu stratégique qui doit répondre aux besoins d'une structure et fait partie intégrante de la gestion du flux des marchandises. Il est conçu pour :

- La réception et le contrôle des produits
- La mise en place des palettes dans la zone de stockage, l'entrepôt doit répondre aux normes de stockage, aux règles de sécurité, et à l'optimisation de l'espace de stockage.
- Le traitement des marchandises conditionnées sur palettes, en carton ou à l'unité.
- Le post-manufacturing : marchandises faisant l'objet d'étiquetage et d'emballage.
- L'opération de chargement et de déchargement des produits.

Un entrepôt n'est plus un endroit pour stocker des marchandises, mais un élément essentiel de la prise en charge des clients. C'est le point de départ de la satisfaction du consommateur, et les nouvelles exigences des clients ont conduit aux problèmes liées à la gestion des entrepôts. Parmi ces problèmes on cite les plus courants :

[83]http://www.logistiqueconseil.org (consulté le 15 avril 2022 à 16:00)

1.1.2.1.Le manque d'espace dans l'entrepôt :

Le manque d'espace de stockage est le problème le plus fréquent et le plus connu par les entreprises, et ce problème va entraver votre activité et poser des difficultés de stocker la marchandise, et donc l'entreprise doit aménager de nouveaux espaces, avec ce que cela implique de frais supplémentaires, des surcouts, et de perte de contrôle.

1.1.2.2.Mauvaise gestion de stocks :

Dans l'entrepôt la gestion des stocks est très importante, et une mauvaise gestion peut entrainer des erreurs et des retards lors de la recherche d'un produit, cela peut engendrer une sérieuse perte de temps et d'argent.

Parmi les risques relatifs à la mauvaise gestion de stock est certainement le sous-stockage ou le stock trop faible, et le sur-stockage.

- **Sous-stockage :** Il correspond à une demande supérieure aux produits disponibles dans l'entrepôt, dans ce cas, vous serez confronté à des problèmes comme la rupture de stock ; Une rupture de stock est une absence temporaire ou définitive d'un produit. Donc elle ne permet pas de répondre à la demande. L'entreprise se trouvant dans l'incapacité de satisfaire le client, ce dernier se tournera vers un concurrent pour effectuer son achat.
- **Sur-stockage :** Il correspond à un stockage qui dépasse largement la demande et peut s'expliquer par une mauvaise estimation des ventes ou encore une erreur de commande, il vous obligera à payer de lourdes charges (fixes et variables) pour l'entreposage et la manutention.

1.1.2.3.Erreurs de picking :

Le picking en logistique c'est l'action d'aller chercher les produits dans le stock pour les regrouper à l'endroit où on va les coliser.

L'erreur lors du picking s'agit de prélever le mauvais article ou plusieurs commandes mélangées. Dans ce cas on doit passer par la logistique inverse (soit retours des articles) et donc des surcouts à payer.

Tout conteneur se compose d'un plancher, renforcé par des traverses, ce plancher est encadré par deux longerons et deux traverses réunis aux angles par des pièces de coin conçues pour les besoins de la manutention et de l'arrimage. La plupart sont habillés de parois métalliques (côté et fond) et dotés d'une porte d'extrémité. Un toit permet la fermeture étanche, et complète la rigidité de l'ensemble. Chaque angle supérieur est doté de pièce de coin.

Le conteneur posera plusieurs types de problèmes : taille du parc, politique d'acquisition, équilibrage de voyages et repositionnement

- **Taille de parc :** Le temps de rotation d'un conteneur correspond rarement à celui du navire transporteur. Il faut donc prévoir en moyenne trois conteneurs achetés pour un conteneur transporté.

- **Politique d'acquisition :** Les conteneurs peuvent être achetés ou loués:
  - à l'achat, un conteneur dry 20' coûte entre 2 500 et 5000€ (multiplier par 1,5 pour un conteneur 40')
  - en location, il faut compter que le conteneur revient 1,5 fois plus cher qu'en achat

- **Équilibrage de voyages :** Certains trafics sont déséquilibrés, c'est-à-dire que le nombre de conteneurs importés est supérieur au nombre de conteneurs exportés.

- **Les frais de repositionnement :** Ces frais représentent l'ensemble des coûts liés au mouvement des conteneurs entre le port d'embarquement et l'expéditeur ou encore entre le destinataire et le port de déchargement.

Avec la pandémie de COVID-19 qui a touché le monde entier, les grandes entreprises ont été confrontées à d'importants défis opérationnels en matière d'approvisionnement.

La pandémie du COVID-19 a provoqué une perturbation sans précédent du transport maritime, entraînant directement des tarifs de fret record pour le transport de

encore est le niveau de disparité à l'échelle mondiale avec de telles mesures et aucune norme mondiale acceptée. Aux États-Unis, nous avons des initiatives telles que l'ACAS (Air Cargo Advance Screening) et le PLACI (Pre-Loading Advance Commercial Information), mais de nombreux pays comme l'Algérie n'ont toujours pas de telles initiatives, ce qui continue de représenter un défi pour l'industrie de la logistique du fret aérien. Et il y a le défi supplémentaire d'obtenir des informations à jour pour les pays vers lesquels nous volons et c'est quelque chose que l'industrie doit résoudre.

1.3.2.2.Les exigences postales :

Alors que les envois de courrier avaient généralement un niveau d'exemption. Un nouveau changement radical commence avec l'introduction du cadre de normes SAFE et de l'ICS-2. Pour l'instant, les nouvelles règles signifient que tous les transporteurs aériens express doivent fournir des informations aux douanes sur tous les envois de courrier transportés. Et ces nouvelles règles s'étendent également à tous les envois postaux à partir de 2023. Cela signifie que le secteur de la logistique doit rechercher des moyens de rassembler les informations requises et de les utiliser pour remplir les documents de sécurité pertinents.

1.3.2.3.Le commerce électronique :

La croissance du secteur du commerce électronique a entraîné une croissance massive des marchandises envoyées par voie aérienne. Avec une augmentation de ces marchandises voyageant par voie aérienne, Le problème c'est que la manière de traiter les marchandises n'est pas assez rapide pour faire face à cette énorme augmentation des marchandises transportées par voie aérienne. Ces changements peuvent nécessiter le développement de nouveaux processus ainsi que l'adaptation ou le développement de nouvelles technologies, la chose qui n'est pas disponible pour l'instant.

1.3.3. Les contraintes liées au transport routier :

De nos jours, le transport routier est confronté à différents obstacles, changements et adaptations à un marché en évolution rapide. Pourtant, il est vrai que le marché est régi par la loi de l'offre et de la demande, mais des problèmes tels que la pénurie de camions, la

hausse des prix des transports, etc. se produisent constamment. Et ils sont un problème pour les expéditeurs aussi. Et parmi ces problèmes il y a :

1.3.3.1.Manque de chauffeurs :

Manque de chauffeurs, vieillissement et incapacité à entrer dans le métier. Ces faits signifient que de moins en moins de personnes sont engagées dans cette profession. Aucun des véhicules autonomes ne sauvera la situation. Bien sûr, au troisième niveau d'autonomie du pilote, les règles de repos peuvent changer, le conducteur devient le pilote. Mais le pilote est nécessaire.

1.3.3.2.Coûts de transport plus élevés :

Ce problème est étroitement lié au point précédent « le manque de pilotes ». Le manque de camions signifie une hausse continue des prix.

1.3.3.3.Suivi du fret :

Retards de marchandises, état de commande peu clair ou biens volés. Ces problèmes sont relativement courants dans cette industrie. Les informations sur l'état du fret sont essentielles pour l'expéditeur afin de prévenir et de se préparer à des situations indésirables et désagréables. Une chaîne d'approvisionnement sécurisée nécessite un flux rapide d'informations.

Section 02 : Les dispositifs d'aides et de facilitations des exportations hors hydrocarbures

Le Ministère du Commerce Algérien a mis en place une série de mesures d'encadrement qui visent à aider les exportations à améliorer l'environnement général de l'entreprise et le rendre moins contraignant. Le dispositif de soutien aux exportations hors hydrocarbures initié depuis 1966, s'inscrit dans une politique d'expansion des échanges commerciaux et d'intégration mondiale.

2.1 Les organismes des promotions des exportations hors hydrocarbures :

De nos jours, se vendre à échelle internationale devient une nécessité et même, un vecteur important dans le développement des entreprises.
Pour y arriver, il faut se référer à plusieurs dispositifs ou organismes qui accompagnent les entreprises qui veulent se lancer dans les exportations. On peut en citer ALGEX, la CAGEX, la CACI, la SAFEX et autres.

2.1.1 L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :

L'ALGEX est créée par le décret exécutif N°04-174 du 12/06/2004. 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.[87]

L'agence est chargée de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification des exportations à travers ces différentes missions, qui se résument comme suit :

- Analyse des marchés mondiaux et réalisation d'études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs.
- Suivi et encadrement de la participation des opérateurs économiques nationaux aux différentes manifestations économiques, foires, expositions et salons spécialisés se tenant à l'étranger.
- Assistance aux opérateurs économiques pour le développement d'action de communication, d'information et de promotion relatives aux produits et services destinés à l'exportation.

Par ailleurs, l'agence ALGEX s'occupe aussi de :

[87]Chapitre III, article 20 du Journal Officiel de la République Algérienne N° 43, 20 juillet 2003

- Constituer une base de données sur les importations et les exportations et un fichier national sur les opérateurs intervenant dans le commerce extérieure de l'Algérie.
- Assurer une action de suivi économique a travers le suivi de l'évolution de la conjoncture prévalent sur le marche international des produits présentant un intérêt pour le commerce extérieure de l'Algérie.
- Proposer toute action visant le suivi des importations.
- Mettre en œuvre des actions de formation et d'information ainsi que les appuis nécessaires au profit des institutions et des operateurs économiques pour le suivi des importations.
- L'agence dispose de toutes les données traitant de l'information commerciale par tous les moyens et notamment par des connexions discrètes aux bases de données statistiques du centre national de l'informatique et des statistiques de l'administration des douanes.[88]

2.1.2. La chambre algérienne du commerce et d'industrie (CACI) :

La chambre algérienne de commerce et d'industrie est un organisme chargé de représenter les intérêts des entreprises commerciales, industrielles et de services.

Elle est instituée par le décret exécutif n°96-94 du 03 Mars 1996. C'est un organisme de l'Etat à caractère commercial et industriel, en concertation avec les pouvoirs publics, elle s'en charge des intérêts professionnels des milieux d'affaire. Les actions confiées à cet établissement sont :[89]

- La mise en place d'une base de données concernant l'ensemble des entreprises algériennes.
- Assurer la formation des personnels des entreprises.
- Assurer la certification des différents documents commerciaux.
- L'assistance et le conseil dans le domaine commerciaux (fiscal, douanier,...etc.)

Elle est chargée notamment de :

[88]https://www.commerce.gov.dz/agence-nationale-de-la-promotion-du-commerce-exterieur-algex
[89]http://www.caci.dz (consulté le 24 avril 2022 à 12:00)

- D'entreprendre toute action et étude visant la promotion des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs.
- De proposer toute mesure tendant à faciliter et à promouvoir les opérations d'exportation des produits et services nationaux.
- D'organiser ou de participer à l'organisation de toutes rencontres et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger tel que les foires, salons, colloques, journées d'études et missions commerciales visant la promotion et le développement des activités économiques nationales et des échanges commerciaux avec l'étranger.
- D'établir des relations et de conclure des accords de coopération et d'échanges mutuels avec les organismes homologues ou similaires étrangers.
- D'adhérer aux organismes régionaux ou internationaux de même nature ou poursuivant le même but.

2.1.3. La Compagnie Algérienne d'assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) :

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) est une société par actions dotée d'un capital social de 450.000.000 DA, réparti à parts égales entre les actionnaires (Banques et Assurance), elle est régie, entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06du 10/01/1996 qui dispose que l'assurance-crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour :[90]

- 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.
- Elle offre aussi plusieurs prestations aux opérateurs économiques à travers des mesures d'accompagnement, notamment dans l'accès aux informations sur les marchés extérieurs et propose plusieurs formules de contrats d'assurances, dont celles des crédits et des expositions.[91]

[90]http://www.cagex.dz (consulté le 24 avril 2022 à 23:00)
[91]Ministère du Commerce Algérie ; Direction de la Promotion des Exportations. Convention France Maghreb, Paris le 5 et 6 février 2008

Parmi les missions principales de la CAGEX on trouve :

- Assurance-crédit export, qui consiste en la couverture des risques nés de l'exportation.
- Assurance-crédit domestique (crédit interentreprises, crédit à la consommation).
- Assurance foires, destinée à encourager la recherche de marchés pour l'exportation.

Par ailleurs, l'existence d'un tel organisme est certes nécessaire, mais dans la pratique de son rôle se trouve limitée à cause de l'insuffisance de moyens de financement des exportations au niveau des banques primaires.

2.1.4. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX) :

La 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.

Elle a pour objet de contribuer au développement et à la promotion des activités commerciales. Elle est chargée :[92]

- D'accorder une assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international grâce au développement des différentes relations avec des partenaires étrangers et l'organisation de rencontre professionnelles.
- De l'organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère régional, national et international.
- La publication de catalogues commerciaux et publicitaires.

[92]http://www.safex.dz (consulté le 25 avril 2022 à 13 :30)

2.1.5. La COFACE Algérie :

Elle permet aux entreprises algériennes de disposer d'informations fiables pour évaluer la solvabilité de leurs partenaires commerciaux, grâce à une base de données de plus de 50 millions d'entreprises. Elle permet aux exportateurs de consulter en ligne la note de solvabilité, de demander une opinion de crédit personnalisée et de commander en cas de besoin un rapport d'information.[93]

2.1.6. Le Fonds Spécial de Promotion des Exportations (FSPE) :

Le fonds Spécial de Promotion des Exportations a été institué par la loi de finance pour 1996, il est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans les actions de promotion et placement de leur produit sur les marchés extérieurs. Le fonds Spécial de promotion des Exportations est chargé de couvrir 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. Il canalise aussi les aides de l'Etat à la promotion des exportations hors hydrocarbures à travers :[94]

- La prise en charge d'une partie des frais de transport international des marchandises Exportés.
- La prise en charge, à l'occasion des participations aux foires à l'étranger, d'une partie des frais de transport des échantillons, de location et d'aménagement de stands et de frais de publicité.

Le remboursement des frais de transport sont de 25 % pour le transport des marchandises exportées. Pour la participation aux foires et expositions à l'étranger le taux de remboursement est de 65 % dans le cas d'une participation aux foires inscrites dans le programme officiel arrêté par le ministère du commerce, et de 33 % pour une participation aux manifestations non figurantes dans programme officiel.

[93]Tayeb CHENNTOUF, « L'Algérie face à la mondialisation », African Books Collective, 2008, P24.
[94]Ati Takarli, « Les exportations hors hydrocarbures algériennes », Communication présentée à l'occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris, les 5 et 6 février 2008, P.7.

Sa production diversifiée répond aux normes de qualité les plus exigeantes notamment avec les marquages de produits obtenus à savoir les certifications (ATG/ CE).

Type de verre	Produit par gamme	Marquage et certification
Le verre clair	- MEDICLEAR	- Conforme à la norme EN 572-9 - Certifié -
Le verre trempé		- Conforme à la norme EN 12543 CEKAL -
Le verre feuilleté	- MEDILAM - MEDIPHON - MEDPHON - MEDISNOW - MEDILAM - COLORE	- Certifié : UNI CEKAL - Conforme aux normes EN 572-9 et EN 12543
Le verre à couches dures	- MEDICLIMA 600 - MEDICLIMA 700	
Le verre LOW-E	- MEDISTAR S - MEDISTAR+S - MEDISTAR ST	

Source : conception personnel à partir des données récoltées au sein de MFG

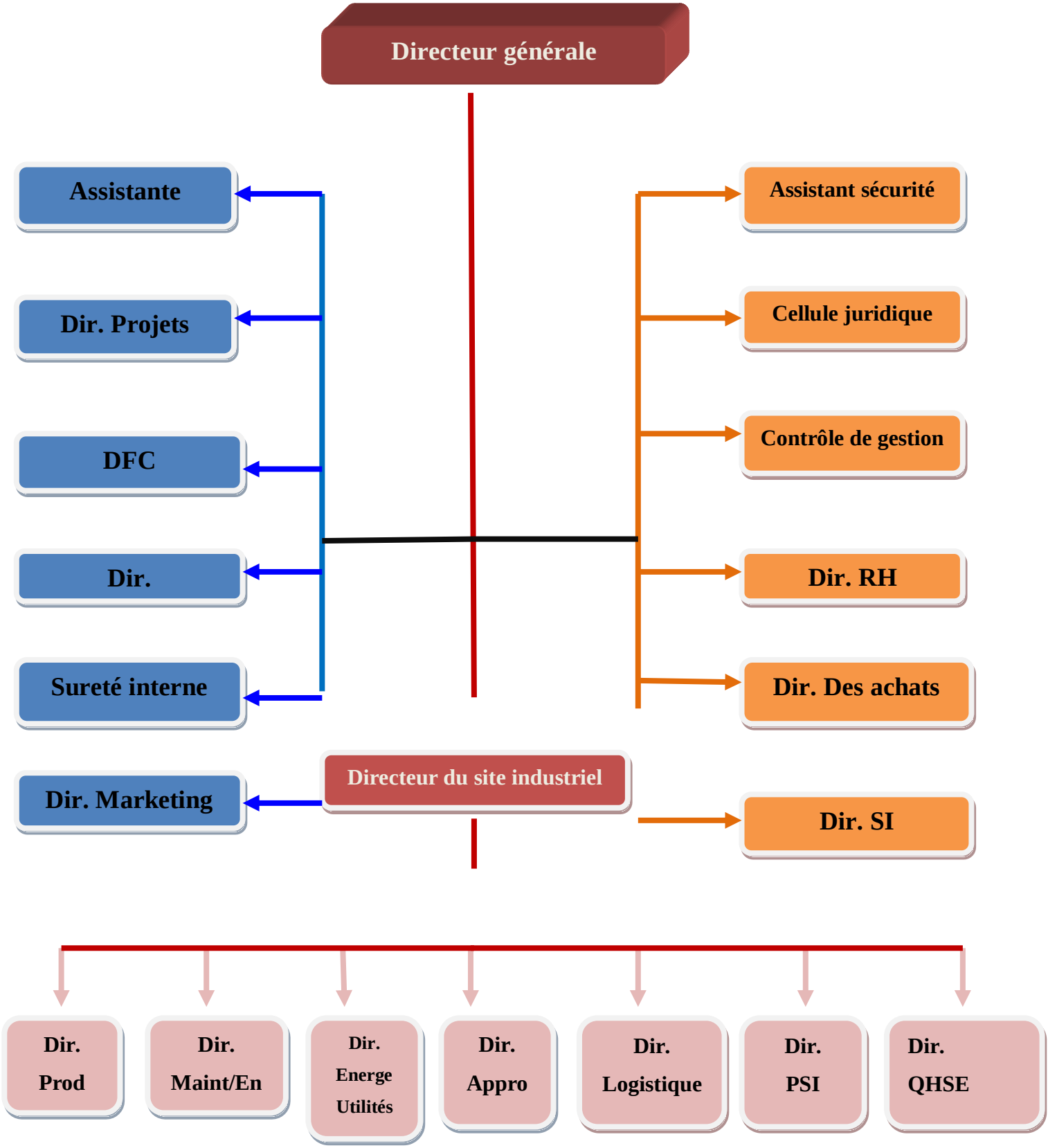
1.1.2. L'organisation générale de MFG :

Sur le plan organisationnel, l'entreprise MFG représente une structure pyramidale composée d'un ensemble de directions fonctionnelles administré par un directeur général. Pour mener à bien sa mission, MFG dispose d'une structure fonctionnelle souple, articulée

autour d'une direction générale et d'un certain nombre de directions spécialisées, permettant notamment de répondre avec célérité aux offres de production de commercialisation et de livraison, au support de ces dernières.

L'organigramme :

Figure 6 : l'organigramme de MFG



Source : conception personnel à partir des données récoltées au sein de MFG

- **L'avis d'aliment :**

C'est un document sur lequel les informations relatives aux navires et à la marchandise sont inscrites, dûment rempli est cacheté par l'entreprise exportatrice, qui doit être déposé au niveau de la compagnie d'assurance avant l'expédition.

1.2.3. L'opération de l'exportation :

- Ces derniers temps la réception des commandes s'effectue soit par e-mail soit par téléphone.
- Etablissement de la facture pro-forma.
- La validation de la facture pro-forma par le client (elle constitue une couverture pour l'entreprise en cas où le client ne respecte pas ses engagements).
- Etablissement de la facture définitive (il peut y avoir plusieurs commerciales pour une seule facture pro-forma).
- Transmettre la facture définitive à la direction des finances et comptabilités pour sa domiciliation au niveau de la banque.
- Exprimer au service transit le besoin en conteneurs (TC).
- Coordination du service transit avec les compagnies maritimes pour la récupération des conteneurs :
- Le choix de la compagnie maritime se fait selon le port de destination, meilleur coût « fret » et la qualité de service.
- La nature de choix des conteneurs se fait selon la dimension de verre à exporter, « BOX » pour les petites dimensions et les « Open Top » pour les moyennes dimensions.
- Après la réception des conteneurs, la direction logistique procède au chargement, ainsi que l'établissement de la liste de colisage.
- Etablissement de certificat d'origine :
    - GZALE (avisé par la CACI) ⟶ Pour le marché Tunisien/Marocain
    - EURI (avisé par le service des douanes) ⟶ Destiné au marché Européen
- Le service transit procède à la déclaration douanière, le dossier est constitué de :

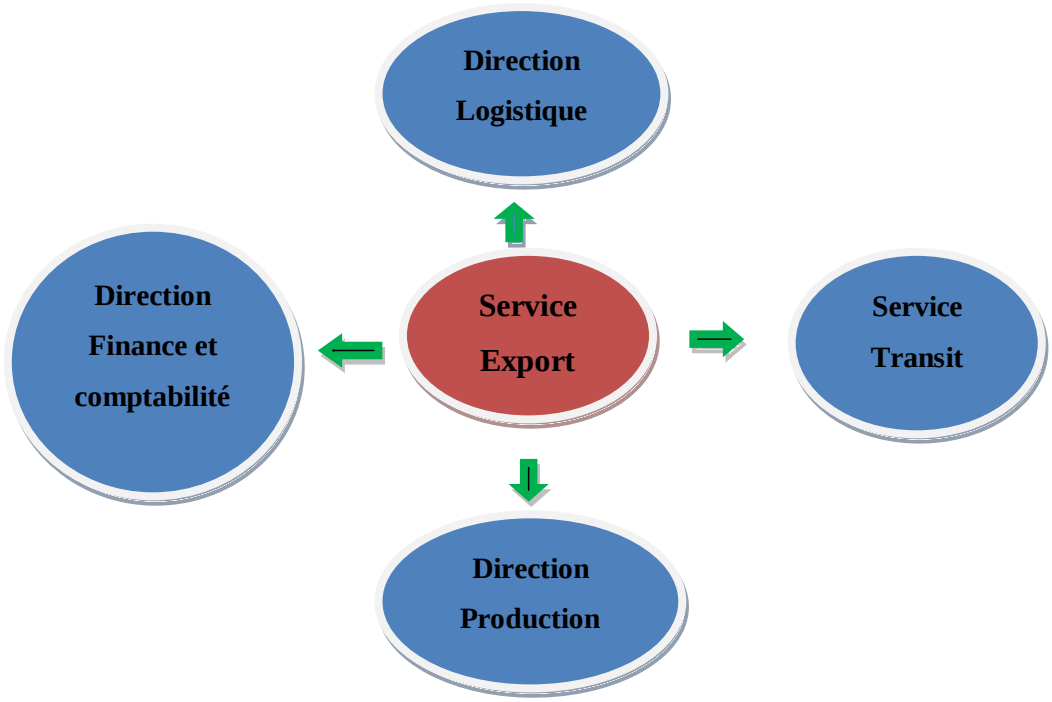
- La facture domiciliée avec cachet rond
- La liste de colisage signée et cachetée
- Le certificat d'origine

- Après avoir confirmé l'accostage du navire, le service coordonne avec la compagnie maritime pour programmer l'expédition des conteneurs (pour le marché européen et marocain)

  S'agissant du marché tunisien, la coordination se fait en interne et l'expédition se fait par route.

- Etablir un avis d'aliment pour payer l'assurance des marchandises à la CAAR (compagnie d'assurance).

Figure 7 : Les services internes intervenants lors d'une opération d'exportation



Source : conception personnel à partir des données récoltées au sein de MFG

1.3.Analyse de l'environnement de l'entreprise :

Interne :

Forces	Faiblesses
- Filiale du groupe CEVITAL. - 27km de port d'Alger. - Capacité de production estimée à 1100 tonnes par jour. - Produits certifiés selon les normes internationales (ISO, CE…) - Disposition d'un service transit.	- Difficultés de coopération entre les différentes directions de l'entreprise.

Source : conception personnel à partir des données récoltées au sein de MFG.

Externe :

Menaces	Opportunités
- Les crises économiques et leur impact sur les prix, notamment en Europe. - La non-stabilité politique et économique de l'Algérie - Une forte concurrence sur les marchés étrangers.	- Les pays voisins sont pratiquement des importateurs. - Pas de concurrence sur le marché local. - Le produit de MFG est une matière première pour ses clients. - Essor du marché mondial du verre (forte demande).

Source : conception personnel à partir des données récoltées au sein de MFG.

1.3.1. Le marché européen :

MFG est une entreprise qui a été crée pour exporter, cela s'explique par la mise en place d'une réelle stratégie en retraçant la trajectoire à mener ainsi que les moyens qui lui sont imposés.

Après quelques mois d'activités, MFG s'est dotée d'une expérience à l'exportation et beaucoup plus d'un savoir faire afin de prétendre à la conquête de marché européen. Afin de pénétrer ce marché, armé de son savoir faire, MFG a travaillé sur la qualité et l'image de marque en offrant des produits de hautes technologie répondant aux normes européennes et a obtenu le marquage CE (conformité européenne). Par ailleurs l'entreprise a été certifié ISO depuis Février 2008, selon les trois référentiels : ISO9001/2000, ISO14001/2004 et QHSE1801/1999.

L'exportation vers l'Europe s'est fait via une filiale de commercialisation « MFG EUROPE » qui dispose deux plateformes logistiques situées en Italie et en Espagne. Ces plateformes représentaient une aire de stockage et aussi une manière pour se rapprocher des clients afin de limiter la distance vu que le produit algérien était difficile à commercialiser, de plus MFG ne pouvait pas garder autant de stock au niveau du complexe de production.

Depuis, elle a participé à de nombreux salons et foires, en vue de promouvoir le produit et d'instaurer un climat de confiance en se rapprochant de la clientèle notamment en Allemagne, France, Italie et en Espagne…

Après que le produit est connu et les clients sont définis, il n'était plus nécessaire de faire l'effort de commercialisation, les plateformes ont été démantelées en 2014 suite a une décision stratégique, MFG est passé à l'exportation directe avec les incoterms FOB, CFR et CIF.

1.3.2. Les contraintes logistiques confrontées par MFG durant l'exportation du verre vers l'Europe :

Bien évidement que les exportations en Algérie confrontent plusieurs contraintes logistiques, MFG aussi n'a pas non plus été épargnée de ses contraintes lors de ses exportations vers l'Europe. Parmi ses contraintes on trouve :

MFG est contrainte de travailler avec les compagnies maritimes étrangères, du moment que le tissu logistique algérien n'est pas assez développé pour répondre au volume important des exportations expédiées.

1.3.2.1.Les contraintes matérielles :

Les problèmes sont en amont et aussi en aval car l'entreprise algérienne ne donne pas d'importance à la logistique internationale .il ne met pas en place une structure supply chain avec les moyens matériels et humains appropries.

Les produits expédiés par MFG sur de longues distances nécessitent des précautions particulières, vu que le verre est un produit fragile et il nécessite un emballage spécial, les pays européens exigent que la norme NIMP15 (Norme Internationale pour les Mesures Phytosanitaires n°15) soit appliquée sur les emballages en bois (le bois fumigé).

Le manque d'espace de stockage est un problème très connu par MFG, vu que elle n'a pas encore assez d'entrepôts pour stocker tous les produits, et ce problème a entravé son activité d'exportation, et ça pose des difficultés de stocker la marchandise, donc l'entreprise doit aménager de nouveaux espaces, avec ce que cela implique de frais supplémentaires, des surcouts, et de perte de contrôle.

La mauvaise gestion dans l'entrepôt entraine des erreurs et des retards lors de la recherche d'un produit, cela peut engendrer une sérieuse perte de temps et d'argent. Parmi les risques relatifs à la mauvaise gestion de stock à MFG est certainement le sur-stockage.

Malgré que MFG a mis en disposition un logiciel de stocks KLS mais il reste toujours des problèmes émanant de l'être humain comme le manque de communication entre les différentes directions, car l'être humain fait souvent des erreurs, il n'est pas infaillible.

La pandémie du COVID-19 a provoqué une perturbation du transport maritime de MFG, entraînant directement des tarifs de fret record pour le transport de conteneurs, après l'indisponibilité des conteneurs.

Avec le manque considérable des conteneurs, notamment le « Open Top », MFG a intégré dans ses expéditions le conteneur « Box normal ».

Le conteneur posera plusieurs types de problèmes que MFG en souffre plus en moins : taille du parc, politique d'acquisition, équilibrage de voyages et repositionnement, on les a déjà expliqué dans le chapitre précédent.

1.3.2.2.Les contraintes administratives :

La complexité des procédures administratives et la lenteur dans le passage portuaire et douanier sont les plus grands contraintes confrontées par les exportateurs algériens, il y a aussi les contraintes juridiques ; les textes changent tout le temps il n y a pas de stabilité juridique.

MFG bénéficient d'une franchise de droits de douane dans le cadre des accords de libre-échange et qui concerne plus particulièrement les matières premières et les équipements, cette franchise est soumise à une licence dite « statistique » qui doit être délivrée par les services du Ministère du commerce. En plus le dossier à fournir (pas moins de 7pieces) pour pouvoir bénéficier de cette franchise est d'autant plus lourd et complexe qu'il doit être présenté à chaque opération d'exportation.

En Algérie, la douane n'a pas mis à jour les incoterms, certains incoterms ne sont pas disponibles dans la nouvelle liste, donc MFG ne peut pas les appliquer durant ces échanges pour faciliter la tâche.

Après la polémique politique que l'Algérie a vécu après les élections de 2019, et après le procès de M. REBRAB, le circuit de déclaration de douane est devenu un circuit rouge donc toutes ou partie des marchandises doit être vérifier avant chaque opération et ça peut engendrer des difficultés et une perte de temps.

Section 2 : Présentation de la démarche méthodologique de l'étude de terrain

Dans cette section, nous allons faire une présentation de la méthodologie utilisée dans notre étude afin de répondre à la problématique principale ainsi que de confirmer ou infirmer nos hypothèses.

Afin de compléter notre recherche et notre analyse, et de mieux comprendre et interpréter les résultats obtenus lors de l'analyse détaillée de MFG, nous avons choisi une approche méthodologique d'une enquête qualitative.

« Les études qualitatives sont des études à caractère intensif qui utilisent comme procédure de récolte de données une approche ouverte, non directe, permissive et indirecte des personnes interrogées. Les études qualitatives visent à un approfondissement du sujet traité. Le mode d'interrogation est non-structuré et le nombre de contact y est relativement peu élevé. Elles cherchent les causes, les fondements d'un comportement, d'une attitude, d'une perception»[96]

2.1.La démarche méthodologique de l'enquête qualitative :

Pour faciliter nos recherches et répondre à nos questions, nous menons des recherches qualitatives dans ce domaine. Cette étude est basée sur une démarche méthodologique qui s'articule autour des entretiens individuels semi directifs avec les responsables qui nous ont semblé utiles et nous ont permis de clarifier les choses et de répondre aux questions posées.

2.1.1. L'objectif de l'enquête :

L'objectif de notre enquête est de savoir quelles sont les contraintes et les difficultés que MFG confrontent lors de son opération d'exportation.

[96]GAUTHY-SINECHAL, (M), VANDERCAMMEN, (M) : Etude de marché : méthodes et outils, 2eme édition, Alger, 2005, P 87-88.

2.2.Présentation de l'outil de recherche :

Pour bien mener notre travail de recherche, nous avons choisi l'entretien semi-directif comme outil de recherche, car nous avons le jugé adéquat pour une meilleure collecte des informations nécessaires.

L'entretien est un mode principal de collecte d'informations. Un entretien est défini comme étant : « un rapport orale qui consiste en une séance de questionnement adressée à une personne ou à plusieurs personnes choisies fortuitement dans le but de collecter les informations permettant de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de recherche »[97] 92

2.3.Le guide d'entretien :

C'est l'une des étapes les plus importantes dans la démarche de recherche, nous avons construit trois guides d'entretien Auprès des responsables du groupe MFG.

Les questions posées sont formulées dans le cadre de l'obtention de réponses qui nous aident à répondre à nos questions ainsi qu'à confirmer ou infirmer nos hypothèses

2.3.1. Profil des personnes interviewées :

Pour réaliser notre objet d'étude, nous avons choisi 3 personnes qui sont des responsables des différents départements de l'entreprise, et qui nous aident à mieux comprendre et obtenir des informations pertinentes qui répondent efficacement aux objectifs de notre enquête la sélection de ces personnes était en fonction de leurs responsabilités et leurs tâches.

[97]CHABANI, (S), OUACHERINE, (H) : Guide de méthodologie de la recherche en science sociales, 2émeÉdition.

Interviewé	Poste	Date et durée de l'interview	Lieu
Sadi CHAKER	Responsable de transport	04/05/2022 35 min	Siège de l'entreprise
Asma HAMIMES	Cadre commerciale export	10/05/2022 40 min	Siège de l'entreprise
Sofiane NEMIRI	Responsable logistique et des entrepôts	04/05/2022 25 min	Siège de l'entreprise

Section 03 : Traitement et analyse des réponses de l'étude de terrain :

Après avoir collecté les informations, nous avons opté pour la démarche suivante analysée les réponses de chaque responsable :

3.1.Analyse de l'entretien avec le responsable de transport :

Question 01 : Depuis combien de temps occupez-vous ce poste ?

Réponse 01 : « depuis mars 2012 »

Analyse 01 : Il est présent dans cette entreprise depuis pas mal du temps, donc il sait bien comment MFG fonctionne et il sait toutes les difficultés et les contraintes confrontées par cette dernière, il est même arrivée avant la pandémie du COVID-19, il a vécu pendant cette période dans l'entreprise et sait très bien ce qui s'y passé.

Question 02 : quelles sont vos principales tâches?

Réponse 02 :

Mes principales tâches sont les suivantes :

- Gérer l'acheminement des produits.
- Répartir et coordonner le travail des différents acteurs du transport.
- La réduction des coûts et délais de transport ainsi que la limitation des stocks.
- Garantir le respect du planning de livraison Magasin en optimisant en permanence les moyens humains et matériels.

- Contribue et participe à l'analyse des tableaux de bord de l'activité et assure le management de son équipe au quotidien.

Analyse 02 :

Le responsable du transport s'assure du bon état du parc et du matériel de manutention affecté à l'équipe de transport. Il participe également à l'élaboration des plans de transport et assure le bon déroulement des opérations en termes de qualité, de coût, de délais et de sécurité.

Question 03 : quel est le marché le plus performant pour l'exportation de vos produits ?

Réponse 03 :

« MFG oriente sa production à hauteur de 70% vers le marché extérieur, il existe plusieurs marché pour l'exportation de produits de MFG tels que le Maroc, la Tunisie, l'Amérique latine, un marché de niche en Afrique, et le marché européen qui est le plus important pour MFG et le plus performent. »

Analyse 03 :

Actuellement, le marché européen est le marché le plus performant pour l'exportation des produits de MFG à cause des deux plateformes logistiques situées en Italie et en Espagne qui représentent une aire de stockage et aussi une manière pour se rapprocher des clients, il y a d'autres marché potentiels comme la Tunisie, mais vu la situation actuelle qui oblige la fermeture des frontières, ce marché n'est plus aussi performant que le marché européen. »

Question 04 : vous utilisez quel mode de transport pour exporter vos marchandises vers l'Europe ?

Réponse 04 :

«On exporte nos marchandises vers l'Europe avec le transport maritime. »

Analyse 04 :

MFG utilise le transport maritime pour exporter le verre vers l'Europe parce que c'est le seul mode disponible avec le transport aérien qui a des difficultés pour transporter

ce genre de produits (taille grande, fragile) et ça coute plus chère que le transport maritime, bien que ce mode a ces contraintes et ses difficultés tels que la non-disponibilité des conteneurs le manque d'espace dans les port les contraintes de dédouanement, mais ça reste la meilleur solution pour l'entreprise.

Question 05 : Quelles sont les contraintes du transport que vous rencontrez très souvent durant l'étape de transport de la marchandise ?

Réponse 05 :

Les contraintes les plus connus à MFG sont :

- La non-disponibilité des conteneurs, surtout en période de COVID-19
- Le temps d'attente des conteneurs et des faymonvilles.
- La mauvaise gestion des quais.
- Le manque de communication et de coordination entre les employés.
- L'augmentation des prix de gasoil et l'encombrement des routes.
- Les temps d'attente des navires au large à cause de manque d'espace au port.

Analyse 05 :

On peut constater que les contraintes de transport sont nombreuses et existe souvent dans toutes les entreprises, et peuvent affecter négativement sur la performance de l'entreprise si elle ne les gère pas.

Question 06 : Selon vous, comment ces contraintes peuvent affecter la performance de l'entreprise à l'export ?

Réponse 06 : « D'après mes connaissances et mes expériences sur les exportations, je vois que les contraintes de transport peuvent être un grand danger même pour la pérennité et la réussite de ces opérations si vous ne les limitez pas. »

Analyse 06 :

Les contraintes de transport ont un impact très décisif sur la continuité et la réussite de l'entreprise car si on ne gère pas ces contraintes et on les néglige, l'entreprise va perdre beaucoup du temps à chaque fois qu'elle essaie de les camoufler provisoirement

et on ne les prend pas au sérieux, et cela entraîne des coûts de plus, donc l'entreprise va perdre sa place dans le marché petit à petit.

3.2.Analyse de l'entretien avec le cadre commercial export :

Question 01 : quelles sont vos tâches principales?

Réponse 01 : Mes principales tâches sont les suivantes :

- Etablissement des stratégies commerciales.
- Etablissement des factures.
- Prospecter de nouveaux clients.
- Prendre contact avec les fournisseurs.
- Pratiquer une veille concurrentielle.

Analyse 01 :

Le rôle d'un cadre commercial est très important, il est le point de contact direct avec le client, il va suivre son client dans la durée pour qu'il soit satisfait de la prestation, il identifie de nouvelles cibles clients, s'assurer de la cohérence de cette cible avec ce qu'il vend et prendre contact.

Question 02 : quelle est le rôle de votre service (Service export) dans l'exportation de marchandises ?

Réponse 02 : Ce service réalise des opérations administratives et logistiques à l'international. Il coordonne les commandes de marchandises jusqu'à leur livraison et leur paiement. Il fait en sorte que le transit de marchandises se déroule sans problème. Pour cela, il élabore toute la documentation réglementaire pour l'export de produits spécifiques (déclaration de matières dangereuses, certificats, etc.). Il joue un rôle d'interface entre l'entreprise qui l'emploie, les partenaires avec qui il échange au quotidien et les autorités douanières. Il peut être amené à intervenir en cas de litiges après des douanes mais aussi des assurances.

Question 03 : quelles sont les étapes d'une opération d'exportation ?

Réponse 03 : les étapes d'une opération d'exportation

- la réception des commandes
- Etablissement de la facture pro-forma.
- La validation de la facture pro-forma par le client
- Etablissement de la facture définitive
- Transmettre la facture définitive à la direction des finances et comptabilités
- Exprimer au service transit le besoin en conteneurs (TC).
- Coordination du service transit avec les compagnies maritimes pour la récupération des conteneurs
- Après la réception des conteneurs, la direction logistique procède au chargement, ainsi que l'établissement de la liste de colisage.
- Etablissement de certificat d'origine.
- Le service transit procède à la déclaration douanière, le dossier est constitué de :
    - La facture domiciliée avec cachet rond
    - La liste de colisage signée et cachetée
    - Le certificat d'origine
- Après avoir confirmé l'accostage du navire, le service coordonne avec la compagnie maritime pour programmer l'expédition des conteneurs
- Etablir un avis d'aliment.

Analyse 03 : Les entreprises souhaitant exporter leurs produits doivent se conformer à la réglementation applicable à l'entrée des marchandises dans le pays exportateur. Pour cela, un certain nombre d'obligations documentaires doivent être remplies.

Question 04 : est ce que l'état algérien vous facilite les procédures administratives pour exporter ?

Réponse04 : « les procédures administratives sont très complexes et sont une source de difficultés pour nous à cause des dossiers longs à fournir à chaque opération. »

Analyse 04 : Concernant les procédures administratives l'état algérien malgré ces efforts pour faciliter les exportations, jusqu'à maintenant il est très loin de la réaliser. La bureaucratie étouffe les exportations en Algérie.

Question 05 : quelles sont les contraintes administratives que vous rencontrez souvent ?

Réponse 05 :

Les contraintes administratives rencontrées par MFG sont :

- Les délais très longs et des documents lourds et complexes à fournir.
- Délais de dédouanements assez longs très préjudiciables.
- Le recours aux régimes économiques par les exportateurs reste insuffisant.
- La non-application de certains incoterms.
- Les contraintes liées au changement de réglementations douanière, fiscale, bancaire, commerciale et celle du taux de change.
- Les contraintes liées à la corruption.

Analyse 05 : La complexité des procédures administratives est l'un des plus grandes contraintes confrontées par les exportateurs algériens. Et sans oublier que les textes juridiques changent tout le temps, il n y a pas de stabilité juridique pour prendre les précautions nécessaires.

Question 06 : en parlant des incoterms, comment la non-disponibilité de certains incoterms peuvent être une barrière ?

Réponse 06 : « Par exemple ici à MFG, quand on fait l'exportation vers la Tunisie on utilise l'incoterm CFR qui est exclusivement maritime, donc selon la loi c'est illégale, mais vu que la douane algérienne n'a pas encore mis à jour la nouvelle des incoterms, on n'a pas le choix.»

Analyse 06 : la possibilité de ne pas s'entendre d'une manière claire et précise sur certaines conditions, obligations et risques entre l'acheteur et le vendeur peut amener les parties à des procédures très coûteuses. Pour cette raison l'utilisation des incoterms est fortement conseillée. Mais en Algérie, certains incoterms n'ont pas été ajoutée à la nouvelle liste, pour cela les deux parties ont été obligés d'aller aux incoterms qui sont exclusivement maritimes pour des transactions faites avec le transport routier.

3.3.Analyse de l'entretien avec le responsable d'entrepôt :

Question 01 : quelles sont vos tâches principales?

Réponse 01 : nos principales tâches sont les suivantes :

- Gérer la réception des marchandises
- Assurer les livraisons
- Manager une équipe de gestionnaires de flux
- Gérer le programme des mouvements
- Coordonner les entrés et sortis de marchandises
- Définir et respecter la qualité et les normes d'hygiène fixées
- Planifier et superviser les charges de travail

Analyse 01 : En coordination avec le responsable logistique, Le Responsable d'entrepôt veille à la bonne gestion des marchandises. Il se charge de la réception des marchandises ainsi que de la gestion des stocks. Ce professionnel de l'entreposage a pour mission de gérer et de contrôler les activités de stockage. Plusieurs situations peuvent se présenter à lui selon le niveau de la chaîne logistique auquel il intervient

Lorsqu'il organise le travail de ces domaines fonctionnels de l'entrepôt, le responsable tient compte des standards de qualité et objectifs de l'entreprise qui portent sur la quantité de marchandise en transit, la vitesse des opérations, le respect des conditions de livraison, le niveau des stocks moyens et autres paramètres type utilisés pour mesurer les performances de l'entrepôt. Une gestion efficace de l'entrepôt est en effet déterminante pour le fonctionnement de la chaîne logistique d'une entreprise, et donc pour la compétitivité de l'entreprise entière.

Question 02 : comment gérez vous vos entrepôts ?

Réponse 02 : pour gérer les entrepôts MFG a décidé de mettre en disposition le système KLS pour la gestion d'entrepôt, le pilotage et l'optimisation des flux logistiques et du transport.

Analyse 02 : La solution KLS est une solution de pilotage et de gestion des flux au sein d'un site logistique. Elle permet une vision globale des activités logistiques, de la réception des produits jusqu'à la livraison et une mise en place de modes opératoires homogènes.

Elle facilite aussi :

- La préparation de commandes.
- Le picking.
- La gestion des inventaires.
- La gestion des tiers (fournisseur, client, propriétaire).
- L'export de données statistiques.

Question 03 : Après la mis en disposition de système KLS, avez-vous rencontré des difficultés ou des contraintes de gestion de vos entrepôts, si oui, quelles sont ces contraintes ?

Réponse 03 : malgré ce système qui facilite beaucoup de tâches pour l'entreprise, il reste toujours des contraintes et difficultés, car ce système ne peut pas marcher seul sans les employés (l'être humain), et bien évidemment que l'être humain n'est pas épargné des erreurs, on rencontre souvent des problèmes, tels que la mauvaise communication et les malentendus entre les différents employés. Et on trouve d'autres contraintes comme le manque d'espace aux entrepôts, la mauvaise gestion de stock qui a un impact sur l'espace des entrepôts.

Analyse 03 : Malgré que MFG a mis en disposition un logiciel de stocks KLS mais il reste toujours des problèmes émanant de l'être humain, car l'être humain fait souvent des erreurs, il n'est pas infaillible.

Parmi les risques relatifs à la mauvaise gestion de stock à MFG est certainement le sur-stockage.

Question 04 : comment la mauvaise gestion des quais entrave l'opération d'exportation ?

Réponse 04 : Une mauvaise gestion des quais implique non seulement la réception et le stockage des approvisionnements nécessaires à la production, mais aussi l'expédition des marchandises et des commandes aux clients.

Analyse 04 : au moment de départ des marchandises, les quais sont une étape très importante et complexe de la supply chain. Donc une mauvaise gestion des quais va surement entrainer plus des délais et plus de couts, qui vont entraver l'opération d'exportation.

3.4.Synthèse générale :

À ce stade nous arrivons à faire une synthèse générale du traitement des données collectées et des résultats obtenus lors de nos enquêtes (enquête qualitative, par entretien). Ce qui nous a permis de ressortir quelques constatations.

Le groupe MFG essaie toujours de fidéliser ses clients par le respect des délais, la disponibilité immédiate des produits tout en assurant la bonne qualité. Mais malgré tous les efforts des responsables et du personnel, MFG passe évidemment par des situations critiques et des périodes difficiles qu'elle ne pas gérer et peut enregistrer une baisse de performance ou une perturbation de rendement et se trouver face à des contraintes que se soient internes comme les compétences de ses employés ou externes comme la crise sanitaire et la période après les élections 2019 et leurs impact négatif sur tous les niveaux : social, économique, politique.

L'entreprise MFG et malgré ses forces et opportunités, malgré son poids au niveau national et même mondial, et malgré sa position de force vis-à-vis les clients et les fournisseurs, elle rencontre toujours des contraintes et des problèmes logistiques.

3.5.Recommandations :

- ✓ Faciliter les procédures administratives et douanières pour permettre aux entreprises de se lancer facilement dans l'exportation.
- ✓ Concernant la complexité des procédures administratives on doit suivre peut être avec le guichet unique qui va faciliter le commerce.
- ✓ Concernant la crise des conteneurs MFG peut faire ses expéditions en vrac ou remorques.
- ✓ Proposer à ses clients pour des petites dimensions qu'elle peut les charger sur des conteneurs box.

- ✓ Utiliser des logiciels qui permettent l'optimisation de la chaîne logistique aux différents niveaux hiérarchiques : opérationnel, tactique et exécution.
- ✓ Mettre en place un système d'information global pour gagner du temps nécessaire pour l'échange de données relatives à l'approvisionnement, et pour réduire les coûts de stockage et la consommation de ressources en utilisant des outils informatiques.
- ✓ Accorder plus d'autonomie aux organismes d'accompagnement à l'export, et veiller sur le bon déroulement de leurs missions.

Conclusion du chapitre :

Après la présentation de l'entreprise MFG d'une façon détaillée dans ce chapitre, nous avons pu comprendre l'environnement de cette entreprise, sa situation à l'international, et les étapes d'une opération d'exportation, et cela nous a permis d'extraire et d'exposer les différentes contraintes qu'elle confronte durant l'exportation de ses produits.

Grâce à ce chapitre aussi, nous avons été en mesure de faire quelques recommandations à l'entreprise, pour bien mener et surmonter ces contraintes logistiques.

Conclusion générale

Conclusion générale

Conclusion générale :

La décision de l'internationalisation est une étape très importante pour MFG, elle représente une forte opportunité de développement pour elle, puisque ça lui permet d'exploiter ses avantages compétitifs afin de trouver de nouveaux marchés pour ses produits, de fuir la concurrence locale, d'accroitre sa notoriété, sa rentabilité, et de diversifier ses approvisionnement, mais cette entreprise comme toutes les entreprises algériennes demeure confrontée à plusieurs contraintes logistiques entravant son développement à l'international.

L'objectif de notre sujet de recherche effectué au sein de l'entreprise MFG consistait à comprendre toutes les étapes du processus d'exportation depuis le début jusqu'à la fin, et envisager une analyse des contraintes logistiques auxquelles sont confrontées par l'entreprise MFG durant l'exportation de ses produits.

Nous avons constaté que les dispositifs d'aides et de facilitation des exportations hors hydrocarbures ont montré l'inadaptation aux besoins réels et aux attentes de l'entreprise MFG, qui affirme que ces dispositifs d'aide et ces facilitations mises en œuvre par l'Etat restent insuffisants face aux contraintes rencontrées à l'international. Et ça montre qu'il est important pour l'Algérie d'élaborer une stratégie claire et cohérente en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures.

Afin de mieux comprendre ce sujet nous avons adopté non seulement une démarche qualitative reposant sur le recueil et analyse de données en utilisant la technique de l'enquête par entretien, mais aussi une analyse détaillée de l'organisation MFG, son environnement et ses différents processus.

À partir des résultats obtenus durant notre stage, nous avons pu confirmer toutes nos hypothèses :

- ✓ **Hypothèse 01 :** La non-disponibilité des conteneurs entraine des vrais problèmes pour MFG durant l'exportation de ses marchandises.

- ✓ **Hypothèse 02 :** Les contraintes administratives sont une source de difficulté majeure pour MFG.

- ✓ **Hypothèse 03 :** Le manque d'espace dans les entrepôts de MFG devient une contrainte inquiétante

Enfin, durant la réalisation de ce travail de recherche, nous avons rencontré des difficultés en termes d'obtention des informations nécessaires concernant les contraintes logistiques. À la fin, nous espérons que ce travail de recherche a été bien mené.

Bibliographie

Ouvrages :

André ROCHELLE, Livre d'assurance : top pratique, Paris édition : top 1999.

Artte Combes-lebourg, « management des opérations de commerce international », Edition ESKA, rue du quatre septembre -75002, Paris.

Ati Takarli, « Les exportations hors hydrocarbures algériennes », Communication présentée à l'occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris, les 5 et 6 février 2008.

BELOTTI, Jean « Transport international marchandise » 2em éd. Edition Vuibert.2002.

BERHO C., « Marketing international », Editions Dunod, Paris, 2002.

Catherine PARIS, le régime de l'assurance protection juridique, Ed Larcier, Bruxelles, 2004.

CHABANI, (S), OUACHERINE, (H) : Guide de méthodologie de la recherche en science sociales, 2éme Édition. .

Charles CROUE, « Marketing international : un consommateur local dans un monde global », De Boeck Supérieur, 2015 .

Christophe CHAPTAL, « La chaine de valeur de l'offre : maitrise de processus, stratégie, marketing, désigne et communication », De boeck, 2015 .

Code commerce (Office National Des Travaux Déductifs) 1974,

DADDI HAMMOU.M, Analyse du comportement du consommateur dans le marché algérien des assurances, ENSSEA (EX INPS), Ingénieur d'État en statistique appliquée, 2010 .

David HURON, Décisions et stratégies Marketing, Gualino éditeur.

F.COUILBAULT, C.ELIASHBERG, M.LATRASSE, « Les grands principes de l'assurance », 5ème édition l'argus de l'assurance, Paris.

François EWALD et jean-Hervé LERENZO,Encyclopédie de l'assurance,Ed.Economica,paris1997

G.LEGRAND, H.MARTINI, le petit export, 3eme édition DUNOD.

Gaétan TEJE, Plan marketing et stratégie d'entreprise, L'Harmattan, 2016.

GAUTHY-SINECHAL, (M), VANDERCAMMEN, (M) : Etude de marché : méthodes et outils, 2eme édition, Alger, 2005.

Ghislaine LEGRAND Hubert MARTINI Gestion des opérations IMPORT – EXPORT, Dunod, paris 2008.

Ghislaine Legrand, Hubert martini, « commerce international »,2eme édition, DUNOD, paris, 2008.

Guide de l'exportateur - CCI International Champagne-Ardenne – 2015.

HADDAD.S, les incoterms 2000, édition pages bleues, Algérie, 2009.

Hubert martini, « techniques de commerce international », DUNOD, à jour au 1er semptembre2017.

Idir KSOURI « les opérations de commerce internationales » Edition BERTI.

Inforeg, « commerce internationale, exporter en toute sécurité », Gualino édition

Isabelle BARTH, le management commerciale, DUNOD 2ème édition.

J.LANDEL, « Lexique des termes d'assurance », 5ème édition l'argus de l'assurance, 2005.

Jean-Louis Amelon, Jean-Marie Cardedat, « les nouveaux défis de l'internationalisation », 1reédition, de Boeck université, paris, 2010.

Jérôme YEATMAN, manuel international de l'assurance, 2e édition, Ed.ECONOMICA, 2005.

LAMBERT FAIVRE.Y, Droit des assurances, édition : Précis Dalloz, Paris, 1986.

Le petit export, G.LEGRAND, H MARTINI, logistique contrats risques financements, édition DUNOD, paris 2008

LECERF M, « les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation », l'Harmattan, 2006.

Legrand, Ghislaine Martini, Hubert, « commerce international », éditeur Dunod, 2010.

Leo, Monnoyer-Longé, Marie-Christine, Philippe, Jean, PME : Stratégies internationales, édition Economica, 1990.

LUC BERNET ROLLANDE, « Principe de techniques bancaire »édition DUNUD, Paris 1995.

LUCIAS, Laurence, Studer-Laurence, Joselyne, « Vendre plus, acheter mieux à l'international », Vuilbert, 2003.

Mayer. V, Rolin. C : « Techniques du commerce international », édition Marie-Odile Morin, 2000.

Mayrhofer.U « management stratégique », édition Bréal, 2007.

Michel SAVY, « le transport de marchandise », édition EYROLLES, 2006.

NADJI JAMMAL, Commerce international, paris, .

Patrick MIANI Nadine VENTURELLI, Transport Logistique, le génie éditeur, 2017.

R.ROUANE, « le marketing direct international », édition Dahlab, Algérie2010.

Redouane. A : « Développement des PME et promotion des exportations : qu'elles perspectives pour l'Algérie ? », mémoire préparé pour l'obtention du diplôme de magister, Université A. Mira de Béjaia, 2009.

S.HADDAD : « le crédit documentaire », éd pages bleues, 2009.

Soulier, Jean Marc « la révolution supply chain», Editeur Maxima,

Tayeb CHENNTOUF, « L'Algérie face à la mondialisation », African Books Collective, 2008,

V. MEYER, C. ROLIN, « technique du commerce internationale », Nathan, Paris 2000

Webographie :

*http://*www.gefco.com (consulté le 15 février 2022 à 15:00)

*http://*www.memoireonline.com (consulté le 7 mars 2022 à 17:00)

http://www.mecalux.fr/cours-logistique-entrepot (consulté le 09 mars 2022)

http://www.cours –de-droit.net/le-rôle-social-et-economique-de-l-assurance (consulté le 17 mars 2022 à 18:30)

http://www.assurland.com (consulté le 19 mars à 20:00)

http://www.activa-cameroun.com/ (consulté le 20 mars à 11:00)

*http://*www.index-assurance.fr (consulté le 10/03/ 2022 à 15 :30)

http://www.international-pratique.com/Incoterms.15.0.html (consulté le 20 février 2022 à 20:00)

http://www.douane.gouv.fr/ les-nouvelles-regles-incotermsr-2020-et-la-valeur-en-douane (consulté le 21 février 2022 à 19:00)

http://www.douane.gouv.fr/ les-nouvelles-regles-incotermsr-2020-et-la-valeur-en-douane (consulté le 21 février à 22:00)

http://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/groupement-d-exportateur. (Consulté le 01 avril 2022 à 15:00)

http://www.douane.gov.dz)

http://www.douane.gov.dz (consulté le 26 Avril 2022 à 11:30)

http://www.logistiqueconseil.org (consulté le 15 avril 2022 à 16:00)

https://www.commerce.gov.dz/agence-nationale-de-la-promotion-du-commerce-exterieur-algex (consulté le 24 avril 2022 à 17:00)

http://www.caci.dz (consulté le 24 avril 2022 à 12:00)

http://www.cagex.dz (consulté le 24 avril 2022 à 23:00)

http://www.safex.dz (consulté le 25 avril 2022 à 13 :30)

https://www.mfg.dz/notre-societequalite (Consulté le 29 mars 2022 à 22:00)

Articles :

Aux termes de l'article 12, alinéas 1 et 2 de la loi n 2000-13 du 7 aout 2001 portant orientation . (s.d.).

Chapitre III, article 20 du Journal Officiel de la République Algérienne N° 43, 20 juillet 2003.

Forum des chefs d'entreprises, «Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne», Alger

Ministère du Commerce Algérie ; Direction de la Promotion des Exportations. Convention France Maghreb, Paris le 5 et 6 février 2008. (s.d.).

L'article 75 du code des Douanes

Le code des douanes autorise en son article 84

L'article 115 bis du code des douanes

L'article 105 du code des douanes

Travaux universitaires :

Zourdani Safia, Le financement des opérations du commerce extérieur, cas : de la BNA, mémoire de magistère en Sciences économique, option : monnaie finance banque, université Mouloud Mammeri, TiziOuzou, 2012

BoudjemaR_In « cours de comptabilité nationale « »INPS, TomeI.

Les annexes

Annexe n°01	Guide d'entretien
Annexe n°02	Facture pro-forma
Annexe n°03	Facture
Annexe n°04	Document d'expédition
Annexe n°05	Certificat de Circulation des Marchandises
Annexe n°06	Facture
Annexe n°07	Bil of Lading
Annexe n°08	
Annexe n°09	E-mail d'un client

Annexe n°01 : Guide d'entretien

Axe de l'entretien avec le responsable de transport :

Question 01 : Depuis combien de temps occupez-vous ce poste ?

……
……..

Question 02 : quelles sont vos principales tâches?

……
……..

Question 03 : quel est le marché le plus performant pour l'exportation de vos produits ?

……
……

Question 04 : Vous utilisez quel mode de transport pour exporter vos marchandises vers l'Europe ?

……
…… …

Question 05 : Quelles sont les contraintes du transport que vous rencontrez très souvent durant l'étape de transport de la marchandise ?

……
……

Question 06 : Selon vous, comment ces contraintes peuvent affecter la performance de l'entreprise à l'export ?

……
……

Axe de l'entretien avec le cadre commercial export :

Question 01 : Quelles sont vos tâches principales?

……
……

Question 02 **:** Quelle est le rôle de votre service (Service export) dans l'exportation de marchandises ?

……
……

Question 03 : Quelles sont les étapes d'une opération d'exportation ?

……
……

Question 04 : Est ce que l'état algérien vous facilite les procédures administratives pour exporter ?

……
…….

Question 05 : Quelles sont les contraintes administratives que vous rencontrez souvent ?

……
……

Question 06 : En parlant des incoterms, comment la non-disponibilité de certains incoterms peuvent être une barrière ?

……
……..

Axe de l'entretien avec le responsable d'entrepôt :

Question 01 : Quelles sont vos tâches principales?

……
……

Question 02 : Comment gérez vous vos entrepôts ?

……

…….....

Question 03 : Après la mis en disposition de système KLS, avez-vous rencontré des difficultés ou des contraintes de gestion de vos entrepôts, si oui, quelles sont ces contraintes ?

……

……

Question 04 : comment la mauvaise gestion des quais entrave l'opération d'exportation ?

……

……

Annexe n°02: Facture Pro-forma

Réf MFG

N° RC : 07B0805812

ميديترانيان فلوت قلاص ش.ذ.أ

Mediterranean Float Glass - SPA

Mediterranean Float Glass

Réf MFG

N° IFISC:000709080581238
N° RC : 07B0805812
N° AI. : 09210990202

MFG-SPA Mediterranean Float Glass
Fabrication du Verre Flottant
29, Route de Mefteh l'Arbaa BLIDA ALGERIE
Téléphone : 021 44 86 21 /23 Télécopie :021 44 85 80
Email : commercial.mfg@cevital.com
Banque : Société Générale:
RIB : 00021-00022-113000000975 : **SWIFT** :SOGEDZAL

Client CL001240

Raison sociale :
Adresse :
CP :
Ville : Astigarraga
Pays : Espagne
TEL : +33 (0)5 59 42 51 5 **FAX** : +33 (0)5 59 42 50 65

Date 24/03/22

Facture Proforma N ° : DE220164

Référence	Désignation	Qté / M2	Cond	Unité	PU	Montant
FSPL0005	MEDICLEAR PLF 6000 X 3210 6MM	1 733,4000	10	Pile 9F		
FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	3 852,0000	50	Pile 4F		
FCMS000051	MEDILAM 55.1 6000X3210 10,38 MM	963,0000	10	Pile 5F		
FCMS000081	MEDILAM 88.1 6000X3210 16,38 MM	1 733,4000	30	Pile 3 F		

Arretée la presente facture à la somme de :

Total	
Net à payer	
Total Quantité :	**8 281,8000 M2**
Total poids net :	**237,639 Tonne**

Mode de payement : Transfert libre Payable 30 jours aprés date BL
Mode de Livraison : CFR Port de Valence

L'origine et provenance de la marchandise est algérienne
Les frais bancaires en dehors de l'Algérie, y compris Ceux des banques correspondantes, sont à la charge de l'acheteur
L'offre est valable 10 jours à partir de la date de l'établissement de la facture proforma.

Clauses de conformité : Nous confirmons que la marchandise ci-dessus désignée est conforme aux spécifications exigées par l'importateur ainsi qu'aux spécifications en vigueur en Algérie.
Qualité du produit : CLEAR FLOAT GLASS

Mode de payement : Transfert libre Payable 30 jours aprés date BL
Mode de Livraison : CFR Port de Valence

L'origine et provenance de la marchandise est algérienne
Les frais bancaires en dehors de l'Algérie, y compris Ceux des banques correspondantes, sont à la charge de l'acheteur
L'offre est valable 10 jours à partir de la date de l'établissement de la facture proforma.

Clauses de conformité : Nous confirmons que la marchandise ci-dessus désignée est conforme aux spécifications exigées par l'importateur ainsi qu'aux spécifications en vigueur en Algérie.
Qualité du produit : CLEAR FLOAT GLASS

Annexe n°03 : Facture

ميديترانيان فلوت قلاص ش.ذ.أ
Mediterranean Float Glass - SPA
Mediterranean Float Glass

Réf MFG

N° IFISC:000709080581238
N° RC : 07B0805812
N° AI. : 09210990202

MFG-SPA Mediterranean Float Glass
Fabrication du Verre Flottant
29, Route de Mefteh l'Arbaa BLIDA ALGERIE
Téléphone : 021 44 86 21 /23 Télécopie :021 44 85 80
Email : commercial.mfg@cevital.com
Banque : Société Générale:
RIB : 00021-00022-113000000975 : SWIFT :SOGEDZAL:

Client CL001240

Raison sociale :
Adresse :
CP : 20115
Ville : Astigarraga
Pays : Espagne
TEL : FAX :

Date 27/03/22

Facture N ° : DE220164

Conforme à la Facture Proforma
N ° : DE220164 du 240322

Référence	Désignation	Qté / M2	Cond	Unité	PU	Montant
FSPL0005	MEDICLEAR PLF 6000 X 3210 6MM	1 733,4000	10	Pile 9F		
FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	3 852,0000	50	Pile 4F		
FCMS000051	MEDILAM 55.1 6000X3210 10,38 MM	963,0000	10	Pile 5F		
FCMS000081	MEDILAM 88.1 6000X3210 16,38 MM	1 733,4000	30	Pile 3 F		

Arretée la presente facture à la somme de :
Cent trente neuf mille six cent huit Euro, quatre Centime

Total	
Net à payer	
Total Quantité :	8 281,8000 M2
Total poids net :	237,639 Tonne

Mode de payement : Transfert libre Payable 30 jours aprés date BL
Mode de Livraison : CFR Port de Valence

L'origine et provenance de la marchandise est algérienne

Les frais bancaires en dehors de l'Algérie, y compris Ceux des banques correspondantes, sont à la charge de l'acheteur
L'offre est valable 10 jours à partir de la date de l'établissement de la facture proforma.

Clauses de conformité : Nous confirmons que la marchandise ci-dessus désignée est conforme aux spécifications exigées par l'importateur ainsi qu'aux spécifications en vigueur en Algérie.
Qualité du produit : CLEAR FLOAT GLASS

Annexe n°04 : Document d'expédition

1. Expéditeur (nom, adresse, pays de l'exportateur)

Mediterranean Float Glass
29, Route de Meftah , L'Arbaa
09300 Blida

Référence Nº 110891 E

SYSTÈME GÉNÉRALISÉ DE PRÉFÉRENCES
CERTIFICAT D'ORIGINE
(Déclaration et certificat)
FORMULE A

2. Destinataire (nom, adresse, pays)

[illegible] SOLUTIONS IBERICA
[illegible] cp 46113
[illegible] e

Délivré en ALGERIE (pays)

Voir notes au verso

3. Moyen de transport et itinéraire (si connus)

-Transport Maritime
- ALGERIE– VALENCE

4. Pour usage officiel

5. N° d'ordre	6. Marques et numéros des colis	7. Nombre et type de colis; description des marchandises		8. Critère d'origine (voir notes au verso)	9. Poids brut ou quantité	10. N° et date de la facture
10 PILE		MEDICLEAR PLF 6000 X 3210	6 MM	1 733.4000		DE220164 du 27/03/2022
50 PILE		MEDILAM 66.1 6000 X 3210	12.38 MM	3 852.0000		
10 PILE		MEDILAM 55.1 6000 X 3210	10.38 MM	963.0000		
30 PILE		MEDILAM 88.1 6000 X 3210	16.38 MM	1 733.4000		

11. Certificat

Il est certifié, ~~sur la base~~ du ~~contrôle effectué~~, que la déclaration de l'exportateur est exacte.

Hichem HAMANE
Chef de Service

ALGERIA
Algerian Chamber of Commerce and Industry

06 AVR. 2022

Lieu et date, signature et timbre de l'autorité délivrant le certificat

12. Déclaration de l'exportateur

Le soussigné déclare que les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en

ALGERIE
(nom du pays)

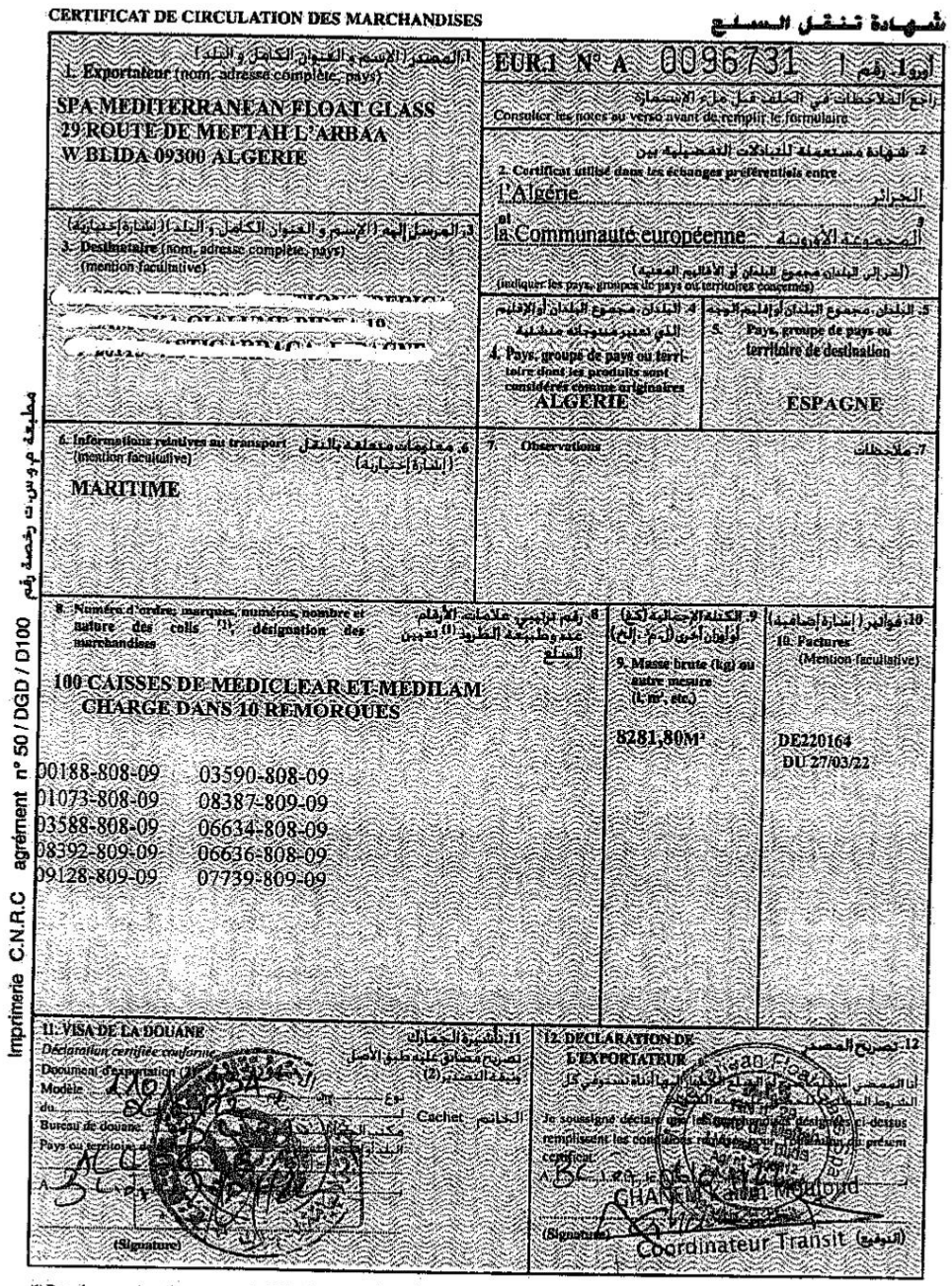
et qu'elles remplissent les conditions d'origine requises par le système généralisé de préférences pour être exportées à destination de

Espagne
(nom du pays importateur)

AZIRA MOHAMED
Directeur Commercial

Lieu et date, signature du soussigné Blida le 04/04/2022

Annexe n°05 : Certificat de Circulation des Marchandises



CERTIFICAT DE CIRCULATION DES MARCHANDISES

شهادة تنقل السلع

EUR.1 N° A 0096731

أورو 1 رقم

1. Exportateur (nom, adresse complète, pays)
المصدّر (الاسم و العنوان الكامل و البلد)

SPA MEDITERRANEAN FLOAT GLASS
29 ROUTE DE MEFTAH L'ARBAA
W BLIDA 09300 ALGERIE

راجع الملاحظات في الخلف قبل ملء الاستمارة
Consulter les notes au verso avant de remplir le formulaire

2. شهادة مستعملة للمبادلات التفضيلية بين
2. Certificat utilisé dans les échanges préférentiels entre
l'Algérie
الجزائر
et
la Communauté européenne
و المجموعة الأوروبية
(أو إلى البلدان، مجموع البلدان أو الأقاليم المعنية)
(indiquer les pays, groupes de pays ou territoires concernés)

3. Destinataire (nom, adresse complète, pays) (mention facultative)
المرسل إليه (الاسم و العنوان الكامل و البلد) (إشارة اختيارية)

4. البلدان، مجموع البلدان أو الأقاليم التي تعتبر منتوجاتها منشأية
4. Pays, groupe de pays ou territoire dont les produits sont considérés comme originaires
ALGERIE

5. البلدان، مجموع البلدان أو إقليم الوجهة
5. Pays, groupe de pays ou territoire de destination
ESPAGNE

6. Informations relatives au transport (mention facultative)
6. معلومات متعلقة بالنقل (إشارة اختيارية)
MARITIME

7. Observations
7. ملاحظات

8. Numéro d'ordre; marques, numéros; nombre et nature des colis (1); désignation des marchandises 8. رقم الترتيب؛ علامات، الأرقام؛ عدد وطبيعة الطرود (1)؛ تعيين السلع	9. Masse brute (kg) ou autre mesure (l, m³, etc.) 9. الكتلة الإجمالية (كغ) أو المقدار الآخر (لتر، م³ إلخ)	10. Factures (mention facultative) 10. فواتير (إشارة إضافية)
100 CAISSES DE MEDICLEAR ET MEDILAM CHARGE DANS 10 REMORQUES 00188-808-09 03590-808-09 01073-808-09 08387-809-09 03588-808-09 06634-808-09 08392-809-09 06636-808-09 09128-809-09 07739-809-09	8281,80M²	DE220164 DU 27/03/22

11. VISA DE LA DOUANE
11. تأشيرة الجمارك
Déclaration certifiée conforme
تصريح مصادق عليه طبق الأصل
Document d'exportation (1)
وثيقة التصدير (2)
Modèle ..... n° ..... du .....
نوع ..... رقم ..... بتاريخ .....
Bureau de douane .....
Cachet الخاتم
مكتب الجمارك .....
Pays ou territoire d'exportation .....
البلد أو الإقليم المصدّر .....
A ..... le .....
(Signature)

12. DÉCLARATION DE L'EXPORTATEUR
12. تصريح المصدّر
Je soussigné déclare que les marchandises désignées ci-dessus remplissent les conditions requises pour l'obtention du présent certificat.
أنا الممضي أسفله أصرح بأن السلع المعينة أعلاه تستوفي كل الشروط المطلوبة للحصول على الشهادة الحالية.
A ..... le .....
(Signature)
(التوقيع)

(1) Pour les marchandises non emballées, indiquer le nombre d'objets ou mentionner "en vrac".
(1) أشر إلى عدد الموارد أو أذكر "بلا تنظيم" السلع غير المهيئة.

(2) A remplir seulement lorsque les règles nationales du pays ou territoire d'exportation l'exigent.
(2) لا تملئ إلا إذا اقتضته القواعد الوطنية للبلد أو إقليم التصريح.

Imprimerie C.N.R.C agrément n° 50 / DGD / D100 مطبعة م ر و س ت رخصة رقم

Annexe n°06: Facture

F-LOG-01.16
Note de poids et de colisage

Page 1 sur 1
Date d'approbation : 27 Février 2019
Version du document : 3

N° De facture : DZ20164
Fournisseur : MFG spa Algerie
Code Client : CL001240
Nom Client :
Adresse :

SL DZ20164

Expedition

N°	N° Camion/TCPU	Code RF	Reference Produit	Designation	Epai	Nb feuille p U	Poid Linéi tonne	Surface UMF	Quantité de Colisage	Nbr de feuille Global	Poid d'emballage U en T	Poid Net en tonne	Tare Palette en tonne	Surface Globale RF
1	00188-808-09	RF016	FSPL0005	MEDICLEAR PLF 6000X 3210 6 MM	6	9	2,5001	173,34	10	90	0,0000	28,001	1,300	173,400
2	01073-808-09	RF049	FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	12,38	4	2,3425	77,04	10	40	0,0000	23,425	1,300	770,400
3	03588-808-09	RF089	FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	12,38	4	2,3425	77,04	10	40	0,0000	23,425	1,300	770,400
4	08392-809-09	RF232	FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	12,38	4	2,3426	77,04	10	40	0,0000	23,426	1,300	770,400
5	09128-809-09	RF235	FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	12,38	4	2,3426	77,04	10	40	0,0000	23,426	1,300	770,400
6	03590-808-09	RF091	FCMS000061	MEDILAM 66.1 6000X3210 12,38 MM	12,38	4	2,3426	77,04	10	40	0,0000	23,426	1,300	770,400
7	08387-809-09	RF227	FCMS000051	MEDILAM 55.1 6000X3210 10,38 MM	10,38	5	2,4467	96,30	10	50	0,0000	24,467	1,300	963,000
8	06634-808-09	RF189	FCMS000031	MEDILAM 88.1 6000X3210 16,38 MM	16,38	3	2,3348	57,78	10	30	0,0000	23,348	1,300	577,800
9	06636-808-09	RF191	FCMS000081	MEDILAM 88.1 6000X3210 16,38 MM	16,38	3	2,3349	57,78	10	30	0,0000	23,349	1,300	577,800
10	07739-809-09	RF204	FCMS000081	MEDILAM 88.1 6000X3210 16,38 MM	16,38	3	2,3348	57,78	10	30	0,0000	23,348	1,300	577,800
				Total					100	430	-	237,639	13,000	6,934

Note de poids et de colisage

Approbation du pilote du processus:

Directeur Logistique

Annexe n°07: Bill of lading

BALEARIA

SPA MARMEDSA BEMARINE
Cours de la culture route d'Oran Mostaganem - Registre de commerce Numéro: 27/00-9880004575
27000 LES SOURCES MOSTAGANEM
D2099816000457541

BILL OF LADING

SHIPPER:

MFG SPA MEDITERRANEAN FLOAT GLASS
29 ROUTE DE MEFTAH LARBAA BLIDA

09000 BLIDA
ARGELIA
NIF: DZ000709080581238

Ha recibido y embarcado a bordo del buque citado, al mando del Capitán y con destino que se cita, las mercancías que más abajo se detallan:

Fecha y hora de la salida: **10/04/2022 18:30**
Remitente o embarcador: **MFG SPA MEDITERRANEAN FLOAT GLASS**
Conocimiento: **1** originales:**3**
Buque: **REGINA BALTICA**
Puerto Origen: **MOSTAGANEM**
Puerto Destino: **VALENCIA**
Localizador: **R2204091561**

CONSIGNATARIO O RECEPTOR:

A L'ORDRE DE:

NOTIFY:

NIF:

Escala de Carga:
Escala de Descarga: **501991**

Ignoro peso, calidad y estado de la mercancía y no respondo de roturas, derrames o mojaduras
Flete adquirido a todo evento.
El cargador y receptor de la mercancía responden solidariamente al pago del flete.
Las condiciones generales de embarque, están a disposición de los clientes en el domicilio especial de la Naviera y sus Delegaciones.
Conocimiento de embarque liquidado según condiciones pactadas.

SERVICIO A REALIZAR:					
ORIGEN			DESTINO		
PUERTA		MUELLE	PUERTA		MUELLE
☐		☒	☐		☐

DATOS DECLARADOS POR EL CARGADOR

Matrícula	Unid Btos	Tipo de Bulto	Material Mercancía	Tara Peso	Precinto/Temp
0018880809	10		MEDICLEAR PLF 6000*3210 6 MM MRN22ES00461171175550	35300.70	
0107380809	10		MEDILAM 66.1 6000*3210 12.38 MM MRN22ES00461171175584	32725.60	
0358880809	10		MEDILAM 66.1 6000*3210 12.38 MM MRN22ES00461171175592	32725.60	
0939280909	10		MEDILAM 66.1 6000*3210 12.38 MM MRN22ES00461171175608	32725.60	
0912880909	10		MEDILAM 66.1 6000*3210 12.38 MM MRN22ES00461171175616	32725.60	
0359080809	10		MEDILAM 66.1 6000*3210 12.38 MM MRN22ES00461171175632	32725.60	
0838780909	10		MEDILAM 55.1 6000*3210 10.38 MM MRN22ES00461171175640	33767.00	
0663480809	10		MEDILAM 88.1 6000*3210 16.38 MM MRN22ES00461171175675	32647.90	
0663680809	10		MEDILAM 88.1 6000*3210 16.38 MM MRN22ES00461171175707	32647.90	
0773980909	10		MEDILAM 88.1 6000*3210 16.38 MM MRN22ES00461171175715	32647.90	

Marmedsa bemarine
Agence MOSTAGANEM
-2-
NOATUM SHIPPING AGENCY & LOGISTICS

Annexe n°08:

TOTAL COLIS 100 TOTAL POIDS 330639.40 KGS

AS CARRIER

CFR PORT OF VALENCIA FREIGHT PRE PAID

Cliente pagador

MFG SPA MEDITERRANEAN FLOAT GLASS
29 ROUTE DE MEFTAH LARBAA BLIDA
DZ - 09000 - BLIDA
NIF/CIF: DZ000709080581238

Delegación gestora cobro

SPA MARMEDSA BEMARINE

El Cargador

El Receptor

Annexe n°09: E-mail d'un client

asma hamimes

De: Rafael SANZ DE ACEDO <r.sanz@gps-glass.com>
Envoyé: mardi 22 mars 2022 20:03
À: asma hamimes; mohand houali; Mourad AZIRA; Meddour araoune
Cc: Elie BENMERGUI; Compras GPS
Objet: COMPOS PROCHAINES 4 SEMAINES BALEARIA

Bonsoir

Voici les compos pour les suivants chargements de Balearia- 20 rmqs/navire
G = Gondola = Remorque
Tout en 6mm

SEMAINE 14
-3G. 3+3
-3G. FLOAT 6MM
-5G. 6+6
-3G. 5+5
-3G. 4+4
-3G. 8+8

SEMAINE 15
-3G. 3+3
-2G. FLOAT 6MM
-2G. 6+6
-3G. 5+5
-3G. FLOAT 10MM
-2G. FLOAT 8MM
-2G. 4+4 MEDISTAR 1.0
-1G. MEDISTAR 1.0 4MM
-1G. 5+5 3210X2550
-1G. 8+8 3210X2550

SEMAINE 16

1

Table des matières :

Dédicace

Remerciements

Résumé

ملخص

Abstract

La liste des tableaux

La liste des figures

La liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale : ***1***

Les éléments fondamentaux de la logistique internationale ***6***

Chapitre 01 : la logistique internationale ***6***

Introduction **7**

Section 01 : La définition et les enjeux de la logistique internationale **7**

1.1.Définition de la logistique internationale : **7**

1.2.Les enjeux de la logistique internationale : **8**

1.2.1. La réduction des couts logistique : 8

1.2.2. Maitrise du temps (délai de livraison) : 8

1.2.3. La multiplicité des intervenants : 9

1.2.4. Modalité des opérations de transport. 9

1.2.5. Maitrise des risques liés à l'acheminement : 9

1.2.6. Le niveau de service : 9

Section 02 : Les composants et les acteurs de la logistique internationale : **9**

2.1Le transport : **9**

2.1.1. Le transport routier : 10

2.1.1.1. Contrat de transport routier : 11

2.1.1.2. Tarification du transport routier : 12

2.1.2. Transport maritime : 12

2.1.2.1. Contrat de transport maritime : 14
2.1.2.2. Tarification du transport maritime : 15
2.1.3. Le transport aérien : 15
2.1.3.1. Organisation du transport aérien : 16
2.1.3.2. La tarification de transport aérien : 16
2.1.3.3. Contrat de transport aérien : 17
2.1.4. Transport ferroviaire : 18
2.1.4.1. Organisation du transport ferroviaire 19
2.1.4.2. La tarification du transport ferroviaire : 19
2.1.4.3. Le contrat de transport ferroviaire : 19

2.2.Emballage : 20

2.2.1. Le rôle de l'emballage : 21
2.2.2. Le choix de l'emballage : 21
2.2.3. Le marquage et l'étiquetage : 21
2.2.4. La palettisation : 23
2.2.4.1. La palette : 23
2.2.5. Le stockage 23
2.2.5.1. La gestion des stocks : 24
2.2.6. Les entrepôts : 24
2.2.6.1. La gestion des entrepôts : 25

2.3.L'assurance : 26

2.3.1. L'historique de l'assurance : 26
2.3.2. Définition de l'assurance : 26
2.3.3. Le rôle de l'assurance : 27
2.3.3.1. Le rôle économique : 27
2.3.3.2. Le rôle social de l'assurance : 28
2.3.4. Les éléments d'une opération d'assurance : 28
2.3.4.1. Le risque : 28
2.3.4.2. Le sinistre : 29
2.3.4.3. La prime d'assurance ou cotisation : 30
2.3.4.4. La prestation de l'assureur : 30
2.3.4.5. La compensation au sein de la mutualité : 31
2.3.5. Les acteurs d'une opération d'assurance : 31
2.3.5.1. L'assuré : 31
2.3.5.2. L'assureur : 31
2.3.5.3. Le Souscripteur : 32
2.3.5.4. Le bénéficiaire : 32
2.3.5.5. Un tiers : 32
2.3.6. Les types d'assurance : 33

2.3.6.1. Assurances de choses : 33
2.3.6.2. Assurances de responsabilités : 33
2.3.6.3. Les Assurances de personnes : 33
2.4.Dédouanement 34
2.4.1. Les régimes douaniers : 34
2.4.1.1. Régimes généraux: 34
2.4.1.2. Régimes douaniers économiques (R.D.E) : 34
2.4.2. Procédure de dédouanement : 35
2.4.2.1. La déclaration en détail des marchandises : 35
2.4.2.2. Contrôles consécutifs à l'enregistrement des déclarations en détail : 36
2.4.2.3. Vérification des marchandises: 39
2.4.2.4. Les circuits de la déclaration: 40
2.4.2.5. La liquidation et le recouvrement des droits et taxes : 41
- Etablissement (liquidation) de la créance douanière 41
2.4.2.6. L'enlèvement des marchandises : 42
2.5.Les modes de paiement : 42
2.5.1. Les instruments de paiement : 43
2.5.1.1. La lettre de change ou traite : 43
2.5.1.2. Le chèque : 44
2.5.1.3. Le billet à ordre : 44
2.5.1.4. Le virement bancaire : 45
2.5.2. Les techniques de paiement : 46
2.5.2.1. La remise documentaire : 46
2.5.2.1.1. Les intervenants de la remise documentaire : 47
2.5.2.1.2. Le mécanisme de déroulement d'une remise documentaire : 47
2.5.2.2. Le crédit documentaire : 48
2.5.2.2.1. Les intervenants 48
2.5.2.2.2. Typologies des crédits documentaires : 49
2.5.2.2.3. Les modes de réalisation : 50
2.5.2.3. L'encaissement simple : 51
2.5.2.3.1. Les avantages : 51
2.6.Les incoterms : 51
2.6.1. Historique des règles incoterms : 51

2.6.2. Définition de l'incoterm : 52
2.6.3. Rôle des incoterms : 52
2.6.4. Choix de l'incoterm : 53
2.6.5. Classement des incoterms : 53
2.6.5.1. Le classement en fonction du risque (type de vente) : 53
2.6.5.2. Le classement en fonction des modes de transport : 55
2.6.5.3. Classement par famille : 55
2.6.6. Analyse détaillée des incoterms : 55
2.6.6.1. Incoterms de groupe E : 55
2.6.6.2. Incoterms de groupe F « FREE ou FRANCO » : 56
2.6.6.3. Les incoterms du groupe C (Cost or Carriage) : 58
2.6.6.4. Les incoterms du groupe D : 59

Conclusion : 60

Chapitre 02 : Processus d'exportation 61

Introduction 62

Section 01 :Les démarches d'exportation 62

1.1Définition d'exportation : 62

1.2Les formes d'exportation 63

1.2.1 L'exportation directe : 63
1.2.1.1. Exportation directe sous forme d'une vente directe : 63
1.2.1.2. Exportation directe avec un représentant salarié : 64
1.2.1.3. Exportation directe avec un agent commissionné : 64
1.2.2. L'exportation indirecte (sous-traitée) 64
1.2.2.1. Les sociétés de commerce international (SCI) : 65
1.2.2.2. Les sociétés de gestion export (SGE) : 65
1.2.3. L'exportation concertée(ou associée) : 65
1.2.3.1. Les groupements d'exportateurs : 65
1.2.3.2. Le portage : 66

1.3Les différentes étapes du processus d'exportation : 66

1.3.1 Le diagnostic export : 66
1.3.1.1. Le diagnostic interne : 67
1.3.1.2. Le diagnostic externe : 68
1.3.2. Identification et sélection des marchés cibles : 69
1.3.3. La stratégie d'exportation : 70
1.3.3.1. La stratégie produit : 70
1.3.3.2. La stratégie commerciale : 71
1.3.3.3. La stratégie de communication : 72

1.3.4. L'expédition : 72
1.3.4.1. Les modes de transport : 72
1.3.4.2. Le choix de l'incoterms : 74
1.3.4.3. Le financement : 74

Section 02 : Les exportations hors hydrocarbures en Algérie 77

2.1Les exportations en Algérie : 77

2.2.Les exportations hors hydrocarbures : 77

2.2.1. L'état des exportations hors hydrocarbures 77
2.2.2. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés : 79
2.2.3. Les principaux clients et fournisseurs de l'Algérie en 2020 (Dernière mise à jour) : 81

Conclusion : 82

Chapitre 03 : les contraintes logistiques à l'export en Algérie 84

Introduction 85

Section 01 : les contraintes logistiques à l'export en Algérie 85

1.1.Les contraintes liées à l'expédition des marchandises : 85

1.1.1. Les contraintes de conditionnement des marchandises : 85
1.1.2. Les contraintes liées aux entrepôts : 86
1.1.2.1. Le manque d'espace dans l'entrepôt : 87
1.1.2.2. Mauvaise gestion de stocks : 87
1.1.2.3. Erreurs de picking : 87
1.1.2.4. Un matériel inadapté à votre activité : 88
1.1.3. La mauvaise gestion des quais 88
1.1.4. Les contraintes liées aux conteneurs : 88
1.1.4.1. Le conteneur 88

1.2.Les contraintes administratives : 91

1.2.1. Lourdeurs administratives : 91
1.2.2. Les problèmes de communication : 91
1.2.3. Les contraintes des douanes : 91

1.3.Les contraintes liées au type de transport des marchandises 92

1.3.1. Les contraintes du système portuaire algérien : 92
1.3.1.1. Un sous équipements flagrant : 92
1.3.1.2. La mauvaise gestion des ports : 93
1.3.2. Les contraintes liées au transport aérien : 93
1.3.2.1. La Sécurité : 93
1.3.2.2. Les exigences postales : 94

1.3.2.3. Le commerce électronique : 94
1.3.3. Les contraintes liées au transport routier : 94
1.3.3.1. Manque de chauffeurs : 95
1.3.3.2. Coûts de transport plus élevés : 95
1.3.3.3. Suivi du fret : 95

Section 02 :Les dispositifs d'aides et de facilitation des exportations hors hydrocarbures 95

2.1 ..... Les organismes des promotions des exportations hors hydrocarbures : 96

2.1.1 L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) : 96
2.1.2. La chambre algérienne du commerce et d'industrie (CACI) : 97
2.1.3. La Compagnie Algérienne d'assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) : 98
2.1.4. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX) : 99
2.1.5. La COFACE Algérie : 100
2.1.6. Le Fonds Spécial de Promotion des Exportations (FSPE) : 100

Conclusion 101

Chapitre 04 : Analyse des contraintes logistiques durant l'exportation du verre à MFG ..102

Introduction 103

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil MFG 103

1.1. Présentation de l'entreprise : 103
1.1.1. Les produits de MFG : 104
1.1.2. L'organisation générale de MFG : 105
Source : 107
1.1.3. Développement 108
1.1.4. Système de management qualité : 108
1.1.5. Mission, vision et valeur de l'entreprise 109

1.2. Les étapes d'une opération d'exportation chez MFG : 110

1.2.1. Définition d'une opération d'exportation : 110
1.2.2. Définition des principaux documents utilisés : 110
1.2.3. L'opération de l'exportation : 112

1.3. Analyse de l'environnement de l'entreprise : 114

1.3.1. Le marché européen : 115
1.3.2. Les contraintes logistiques confrontées par MFG durant l'exportation du verre vers l'Europe : 116

Section 2 : Présentation de la démarche méthodologique de l'étude de terrain 118

2.1. La démarche méthodologique de l'enquête qualitative :.....118

2.1.1. L'objectif de l'enquête :..... 118

2.2. Présentation de l'outil de recherche :.....119

2.3. Le guide d'entretien :.....119

2.3.1. Profil des personnes interviewées :..... 119

Section 03 : Traitement et analyse des réponses de l'étude de terrain : 120

3.1. Analyse de l'entretien avec le responsable de transport : 120

3.2. Analyse de l'entretien avec le cadre commercial export : 123

3.3. Analyse de l'entretien avec le responsable d'entrepôt :.....126

3.4.Synthèse générale :.....128

3.5.Recommandations : 128

Conclusion du chapitre :.....129

Conclusion générale :.....132

Bibliographie.....134

Les annexes :.....139

Table des matières :.....151