

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique  
Faculté des Sciences Économiques, Sciences Commerciales et de gestion

Département : Sciences Commerciales



جامعة مولود معمري تيزي وزو  
+⓪∧ⓁⓁⓧ+ ∩Ⓒ∞∩∞∧ Ⓡ+ ⒸⓇ⓪Ⓒ⓪  
UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU



Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou

## Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention d'un diplôme/startup de Master en Sciences Commerciales dans le cadre de l'arrêté ministériel 1275.

Option : Finance & Commerce International.

### Thème :

La création d'une application numérique :  
pour optimiser les opérations d'exportation.

**Présenté par :**

M<sup>r</sup> MADOUR Omar.

M<sup>r</sup> LASBEUR Mezyane.

**Dirigé par :**

M<sup>r</sup> SEDIKI Abderrehmane.

M<sup>me</sup> HAMLIL Nouara.

**Jury composé de:**

**Président : M<sup>r</sup> SAHALI Nourddin, MCA à UMMTO.**

**Examineurs : M<sup>r</sup> BATACHE Abdrrehmane, MCA à UMMTO.**

**Rapporteur : M<sup>r</sup> SEDIKI Abderrehmane, MCA à UMMTO .**

**Représentant de l'incubateur : M<sup>me</sup> HAMLIL Nouara, MCA à UMMTO.**

**Invité d'honneur : M<sup>r</sup> OUADA Yazid, le directeur regional de la BADR.**

**Date de soutenance : 09/07/2024**

Promotion : 2023/2024

## Remerciement

Nous remercions avant tout dieu, de nous avoir aidé et donné le courage de mener à bien ce travail malgré toutes les contraintes rencontrées.

Au terme de ce travail, nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à Mr SEDIKI Abderrahmane et Mme HAMLIL Nouara pour la qualité de leur suivi et pour leur aide et orientations précieuses tout au long de la période du projet.

Nous adressons aussi nos vifs remerciements au corps enseignant de l'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, de la faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestions qui ont contribué à notre formation durant tout notre cycle d'étude.

Nous remercions également les membres de l'incubateur pour leur soutien et les précieuses informations qu'ils nous ont fournis.

Pour terminer nous remercions nos familles qui nous ont aidés pour arriver au terme de ce travail qui est le fruit de plusieurs études.

## Dédicaces

Je dédie ce travail à :

A mes très chers parents qui ont toujours été là pour moi, et qui m'ont donné un magnifique modèle de labeur et de persévérance.

J'espère qu'ils trouveront dans ce travail toute ma reconnaissance et tout mon amour.

Mes frères Salim et Abdelkader et leurs familles.

Mes petites nièces adorées.

Ma petite sœur Ferroudja.

Ma copine Samia.

Mes amis(es).

A tous ceux qui ont cru en moi.

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

Madour Omar.

## Dédicaces

Je dédie ce travail à :

Ma mère, qui a œuvré pour ma réussite, par son amour, son soutien, tous les sacrifices consentis et ses précieux conseils, pour toute son assistance et sa présence dans ma vie, reçois à travers ce travail aussi modeste soit-il, l'expression de mes sentiments et de mon éternelle gratitude.

Mon père, qui peut être fier et trouver ici le résultat de longues années de sacrifices et de privations pour m'aider à avancer dans la vie. Puisse Dieu fasse en sorte que ce travail porte son fruit ;

Merci pour les valeurs nobles, l'éducation et le soutien permanent venu de toi.

Ma sœur et mon frère, j'espère que je serai un bon exemple pour vous.

Mes amis(es),

Tous ceux et toutes celles qui m'ont accompagnés et soutenus durant mon cursus.

Lasbeur Meziane.

## **La liste des abréviations :**

PME : petites et moyennes entreprises.

NCR : non consommateurs relatifs.

PASTEL : Politique, Économique, Socioculturel, Technologique, Écologique, Légal.

CSP : Catégorie Socioprofessionnelle.

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

CNRC : Le Centre National du Registre du Commerce

NIF : Numéro d'Identité Fiscale.

ONPI : l'Office National de la Propriété Industrielle.

DGI : La Direction Générale des Impôts.

INAPI : L'Institut National de la Propriété Industrielle.

EPIC : établissement public à caractère industriel et commercial.

INAPI : Institut Algérien de Normalisation et de Propriété Industriel.

CACI : La Chambre de Commerce et d'Industrie.

UE : l'Union Européen.

UNTCA : Union Nationale des Transitaires et Commissionnaires en douane agréés Algériens.

DGD : La Direction Générale Des Douanes.

CAGEX : Compagnie Algérienne D'assurance et de Garantie Des Exportations.

COFACE : Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur.

FSPE : Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations.

ANEXAL : Association Nationale des Exportateurs Algériens.

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Exportation.

ALGEX : L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur.

CACQE : Le Centre Arabe de Contrôle Qualité.

IANOR : L'Institut Algérien de Normalisation.

ALGERAC : L'Organisme algérien d'accréditation.

ONML : L'Office National de Métrologie Légale.

ONS : L'Office National des Statistiques.

UNTCA : L'Union des Transporteurs et Commissionnaires.

ANEXAL : L'Association Nationale des Exportateurs Algériens.

FCE : La Fédération des Chambres de Commerce.

ITC : Le Centre du Commerce International Comtrade.

CCI : La Chambre de Commerce Internationale.

OMC/WTO : L'Organisation Mondiale du Commerce.

FMI : Le Fonds Monétaire International.

BAD : La Banque Africaine de Développement.

BERD : La Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement.

CNUCED : Conférence des Nations Unies sur Le Commerce Et le Développement.

BITD : Le Bureau International des Tarifs Douaniers.

ISO : L'Organisation Internationale de Normalisation.

CGVE : Conditions Générales de Ventes Export.

FOB : Free On Board.

GZALE : Grande Zone Arabe de Libre Échanges.

CACI : Chambre Algérienne de commerce et d'industrie.

CACQE : Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage.

CS: certificate sanitaria.

B /L: Bill of Lading.

LTA : La lettre de transport aérien.

IATA : International Air Transport Association.

CMR : Convention relative au contrat de transport international de marchandises par route.

FAP sauf : (France d'Avaries Particulières sauf celles résultant d'événement énuméré).

ATA: admission temporaries/ temporary admission.

SWIFT: Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication.

CCI : la Chambre de Commerce Internationale.

EXW: Ex Works.

FCA: Free Carrier.

CIP: Carriage and Insurance Paid to.

CPT: Carriage Paid To.

DAP: Carriage and Insurance Paid to.

DPU: Delivered at Place Unloaded.

DDP: Delivered Duty Paid.

FAS: Free Alongside Ship.

FOB: Free On Board.

CFR: Cost and Freight.

CIF: Cost, Insurance and Freight.

# Sommaire

## Sommaire

Introduction générale .....	12
Chapitre 1 Le processus d'avant et pendant l'exportation.....	16
Section (01) : présentation et typologie de l'étude de marché étranger.....	17
Section 02 : Le diagnostic export.....	27
Section 3 : les intervenants.....	34
Conclusion .....	38
Chapitre 2 Les principaux documents pour l'exportation .....	40
Section 1 : Le contrat de vente international .....	41
Section 2 : les principaux documents pour l'export .....	46
Section 3 : la logistique internationale et les modes de paiement .....	55
Chapitre 3 La présentation du projet .....	63
Introduction .....	64
Premier axe : Présentation du projet .....	64
Deuxième axe : Aspects innovants .....	66
Troisième axe : Analyse stratégique du marché .....	66
Quatrième axe : Plan de production et organisation .....	68
Cinquième axe : Plan financier .....	69
Sixième axe : Prototype expérimental .....	71
Conclusion générale .....	80

# **Introduction générale**

# Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

## Introduction générale

Depuis les années 1980, l'économie mondiale a connu une forte extension, notamment avec la mondialisation et l'ouverture économique, sociale et politique des états, qui ont tracés le chemin vers un nouveau système économique international basé sur le libre-échange. Un système qui est largement soutenu par les pays, en abaissant les barrières tarifaires et non tarifaires et en libéralisant la mobilité des capitaux, des biens et services des personnes à travers les frontières, les firmes multinationales ont joué un rôle majeur dans la réussite de ce système.

Le commerce international aujourd'hui est devenu le pilier de la croissance économique et du développement des pays, il se présume à l'ensemble des activités d'échange des biens et services entre les différents pays, il consiste à importer les produits et matériels dont le pays a besoin, d'une part, et à exporter l'excédent de la production nationale d'autre part.

Le libre échange à contribuer au développement des économies nationales, et au développement des entreprises en créant un environnement compétitif où chaque entreprise lute pour maintenir sa place sur le marché local et conquérir d'autres marchés internationaux, cette compétitivité à pousser les entreprises vers l'innovation, lorsque chaque entreprise essaie de se différencier des autres et produire ce qui est le mieux pour les consommateurs et maintenir leur part de marché.

Pour les états, notamment les pays en développement, maintenir un équilibre entre les importations et les exportations est devenu le plus grand défi, sachant que les exportations font rentrer la devise dans le pays et les importations la font sortir, ces pays avec un stock limité de devise, sont en risque d'épuisement de leur stock si le montant des exportations est inférieur à celui des importations, ce qui est le cas de l'Algérie durant ses dernières années. L'économie Algérienne basée sur les exportations des hydrocarbures a connu un déficit dans sa balance de paiement après une baisse des prix de pétrole, en 2021 l'Algérie n'avait plus que 44 milliards de dollars dans ses réserves, une baisse de plus de 100 Mds USD (milliards de dollars) en 10ans.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

L'économie Algérienne est prise en otage par les hydrocarbures, selon les statistiques de la banque mondiale, le secteur pétrolier et gazier a représenté 19 % du produit intérieur brut (PIB), 93 % des exportations de marchandises et 38 % des recettes budgétaires entre 2016 et 2021. La reprise de l'économie après un blocage provoquée par la COVID-19 à mener beaucoup de changement, avec la hausse des prix des hydrocarbures en 2022 l'économie national à retrouver son souffle, les réserves de change qui ont grimpé jusqu'à 85 Mds USD en 2023, et une croissance économique de 3,1% en 2022 qui devrait atteindre 4,2% en 2023.

Le gouvernement Algérien à limiter les importations depuis 2020, ce qui à donner naissance et extension de beaucoup d'entreprises locales, et avec le soutien et les encouragements de gouvernement pour les exportations hors hydrocarbure, ses dernières ont passés de 1,7 Md USD en 2019 à 7 Mds USD en 2022. Par ailleurs, beaucoup de privilèges et facilitations attribué aux exportateurs, afin de diversifier l'économie et d'élargir les sources de revenus et améliorer les perspectives d'emploi.

L'Algérie est rentré également dans un processus de digitalisation de beaucoup de secteurs, en vue de mettre fin à la bureaucratie et à la corruption, ce qui nous à donner l'idée de la numérisation des procédures d'exportation, afin de faciliter la gestion et le suivie des opérations d'exportation.

Auparavant, les exportations hors hydrocarbures se limitent à quelques entreprises seulement, généralement les groupes et les grandes entreprises. Quant aux petits et moyens entreprises (PME) qui veulent se lancer dans le commerce international vont éventuellement faire face à quelques difficultés à leurs internationalisation, vue le manque d'expérience de ces dernières.

Nous avons énuméré quelques obstacles que les entreprises Algérienne peuvent rencontrer lors du processus d'exportation :

- Les charges administratives et l'absence d'un personnel compétant et qui maîtrise les procédures d'exportation ;
- Une connaissance insuffisante des exportateurs en matière juridique ;
- Manque d'information sur les marchés étranger ;
- Des difficultés de communication avec les clients.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

Afin de résoudre ces problèmes on va créer une application qui englobe tout le processus d'exportation, en intégrant dans cette application les informations nécessaires que l'exportateur doit savoir avant de procéder à une opération d'exportation tout en lui permettant de gérer l'opération avec :

- Les étapes de l'opération d'exportation ;
- Les procédures et formalités administratives et juridique ;
- Des informations sur les marchés étrangers les plus favorables selon les accords régionaux et bilatéraux de l'Algérie ;
- Des informations sur les normes internationales, les modes de paiements, les modes de transport, les incoterms, etc.

En utilisant cette application les exportateurs auront toutes les informations nécessaires sur le processus d'exportation en Algérie, ils pourront facilement gérer les opérations d'exportation et connaître les lois et textes juridique et les formalités administratives liées à ce sujet.

Pour l'analyse de sujet et la réalisation de mémoire théorique, nous avons posé la problématique suivante :

Quelles sont les facteurs clé qui influencent la compétitivité des exportations algériennes hors hydrocarbures sur le marché international ?

D'où ressortent des questions secondaires qui guideront notre recherche :

- Comment se préparer pour une opération d'exportation et comment définir la stratégie d'exportation ?
- Quelles sont les démarches administratives, documentaires et juridiques pour conclure un contrat de vente international et réaliser des opérations de vente à l'international ?

Pour répondre à la question principale, nous nous sommes appuyés, d'abord, sur un travail de recherche basé sur une démarche descriptive en consultant des documents, ouvrages, revues, mémoires, thèses, sites web et articles pour la conception du corpus théorique.

Puis nous nous sommes dirigés vers les organismes et institutions qui ont un rôle dans la démarche d'exportation afin de rassembler les informations nécessaires et les documents utiliser dans les opérations d'exportation.

Pour mieux aborder notre problématique de recherche, nous avons structuré notre travail en trois chapitres, le premier chapitre est consacré pour le processus d'avant et pendant

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

l'exportation, abordant les étapes préparatoires pour une opération d'exportation qui sont l'étude de marché et le diagnostic export, et les intervenants dans une opération d'exportation.

Le deuxième chapitre est consacré aux documents nécessaires à l'exportation et l'explication de certains éléments de contrat de vente, comme les modes de transport et les incoterms.

Le troisième chapitre est la présentation du projet conformément au dispositif de l'arrêté ministériel n° 1275 Diplôme –Startup.

# **Chapitre 1**

---

**Le processus d'avant et pendant  
l'exportation**

# Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

## Introduction

Le processus d'exportation est peut-être complexe, puisque on vise un commerce étranger qui est différent du commerce local, un produit qui est rentable, qui marche bien sur le marché local et qui n'auras pas nécessairement les mêmes résultats sur un marché étranger. Une entreprise qui désire de se lancer dans l'activité d'exportation doit définir ses objectifs avant mêmes de démarrer le processus d'exportation, pour enfin arriver à une stratégie d'exportation plus adapter aux besoins de l'entreprise et en même temps aux du marché visé.

Il faut choisir attentivement les étapes à suivre lors de l'élaboration de la stratégie d'exportation, pour cela on va expliquer dans ce chapitre les étapes des préparatifs que l'entreprise doit faire avant d'entamer une opération d'exportation.

La première démarche commence par la réalisation d'une étude de marché qui est la base de la réussite d'une opération d'exportation. Cette étude consiste à la collecte des données et d'information sur le marché visé et son environnement, ces informations seront utiles lors de la prise de décision pour la stratégie que l'entreprise va suivre dans sa démarche d'exportation, la réussite de cette dernière dépendra de la qualité des informations collectés dans l'étude de marché.

Après la réalisation de l'étude de marché qui se concentre sur le marché étranger, on retourne à l'entreprise pour faire le diagnostic export, qui consiste à analyser les données et les capacités de l'entreprise qui se présume en deux parties : un diagnostic interne qui nous permet de détecter les forces et les faiblesses de l'entreprise, et un diagnostic externe qui va nous montrer les opportunités et les menaces externes de l'entreprise ; pour enfin arriver à une stratégie marketing à suivre et voir si le produit correspond aux besoins du marché visé ou bien on doit appliquer des modification pour l'adapter.

## Section (01) : présentation et typologie de l'étude de marché étranger

Toutes les activités commerciales nécessitent des études précises sur le marché ciblé et recouvrent un ensemble de procédures et de technique empruntées. L'étude de marché est une étape essentielle de démarche marketing qui son but consiste à collecter et analyser les informations nécessaires à la prise de décision des responsables marketing.<sup>1</sup>

A l'international, il s'agit avant tout d'estimer l'attractivité des marchés, de repérer les segments porteurs, de mieux appréhender les différences socioculturelles et les politiques produit adaptées. Ces études de marchés répondent aux objectifs tels que l'affirmation et l'actualisation des composantes de marché « taille du marché... » Et analyser la politique commerciale pratiquée dans les marchés étrangers par les concurrents. Elle détermine les circuits de distributions les plus efficaces selon les spécificités du produit et détecte les adaptations à apporter aux produits afin qu'ils répondent aux exigences des consommateurs.

---

<sup>1</sup>CAUMONT. D, les études de marchés, Éditions Dunod, Paris, 2007, P.01.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

A partir de ce contexte, découle la définition de l'étude de marché, ses typologies et les techniques à utiliser.

### 1 Définition d'une étude de marché à l'international

Il s'agit d'une démarche systématique et scientifique de collecte, traitement et interprétation des informations qui a pour objectif principal de réduire les incertitudes et de minimiser les risques. « Elle permet de vérifier qu'il existe un marché ou une demande potentielle pour le marché visé et d'estimer cette demande à partir du plus grand nombre possible de sources ».<sup>2</sup>

L'étude de marché est la première étape avant de lancer une activité. C'est un pilier principal dans le marketing. Comme il est un travail de collecte et d'analyse d'informations. Cette étude a pour but d'identifier les caractéristiques d'un marché et de comprendre son fonctionnement.

Selon Legrand et Martini : "L'étude de marché internationale est la pierre angulaire de toute stratégie de développement à l'exportation. Elle doit fournir une vision réaliste du marché cible et permettre d'affiner le plan marketing avant de s'engager."<sup>3</sup>

Elle permet grâce à des enquêtes quantitatives et qualitatives de connaître l'offre et la demande d'un bien ou d'un service. Si l'étude de marché est si importante, c'est parce qu'elle nous indique toutes les informations qui vont modeler nos produits ou prestations.

Afin de comprendre ce pilier principal du marketing, il est nécessaire de définir ce qu'est un marché. Il s'agit de l'environnement dans lequel va évoluer l'entreprise. Le marché est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande relatives à un produit « bien ou service ». C'est le lieu où se déterminent les prix et les quantités échangés.

Les offreurs et les demandeurs viennent échanger des biens et des services en échange de monnaie. Il se compose de trois éléments : l'offre, la demande et l'environnement. Le marché peut être national, régional, saisonnier, concentré, diffus, ambulancier... etc.

Chaque type de marché a des spécificités à bien repérer pour pouvoir réussir.

### 2 Objectif d'une étude de marché

L'étude de marché est l'une des étapes les plus importantes dans un projet d'exportation. Cette étape cruciale, est à la base des stratégies commerciales et marketing.

- Elle permet aux exportateurs de cerner les attentes de ses futurs clients, notamment leurs besoins. Ainsi, son utilité est de réduire les risques d'échec en évitant de chercher à vendre un produit ou un service inutile.

---

<sup>2</sup>LEGER-JARNIOU. C, Réaliser l'étude de marché de son projet d'entreprise, Ed. Dunod, Paris, 2000, P.04.

<sup>3</sup>LEGRAND. G. et MARTINI. H., L'étude de marché, Éditions d'Organisation, 2003.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- L'étude de marché collecte un maximum d'informations pour identifier les contraintes et les succès du marché et aussi la mise en place d'un processus rationnel et formalisé de sélection de marchés cible qui permet de déceler les opportunités à l'étranger, de les évaluer et de comparer leur attractivité. Ainsi, l'entreprise pourra identifier les marchés les plus prometteurs « en termes de potentiel de ventes et d'accessibilité » sur lesquels elle concentrera ses efforts de prospection et sur lesquels elle se concentra ses efforts de prospection et sur lesquels elle mènera des études plus poussées
- Elle aide à la prise de mesures nécessaires pour s'insérer à long terme dans un marché et à faire de bon choix pour l'aboutissement de projet.
- La mise en place d'outils d'aide aux décisions stratégiques afin de construire une stratégie marketing efficace et appropriée au marché étranger visé et cela par la description de l'environnement et des spécificités des marchés étrangers « facteurs politiques, économiques, culturels, ... » et par l'identification des besoins des consommateurs locaux et de la manière de les satisfaire.

### 3 Comment réaliser une étude de marché ?

Pour qu'une étude de marché soit efficace, il faut respecter une démarche ordonnée et structurée. Cette étude doit porter sur quatre sujets :

- Identifier /définir le marché : quelles sont ses grandes tendances et son potentiel ?
- La demande : quelle typologie de clientèle ? Quels sont ses besoins, ses attentes ?
- L'offre : quels concurrents ? Représentent-ils une menace ?
- L'environnement du projet : quelles sont ses évolutions éventuelles qui pourraient agir favorablement ou non sur votre marché ?

#### 3.1 La définition du marché

Dans cette première étape, il faut bien identifier le marché et se renseigner sur son historique et son évolution ainsi que sa dimension géographique ; ciblé (internationale, nationale, locale). En d'autres termes, c'est de réaliser une vision générale du marché. Il est également nécessaire de prendre connaissance des acteurs présents sur le marché et leur rôle.

On distingue entre deux types de marchés, les marchés actuels et le marché potentiel<sup>4</sup>.

##### 3.1.1 Le marché actuel

Le marché actuel correspond aux ventes effectivement réalisées par l'ensemble de la profession (l'entreprise et ses concurrents) auprès des clients du produit concerné. Il comprend les consommateurs actuels, ceux qui consomment ou ont consommé un des produits de l'entreprise.

---

<sup>4</sup>DigiSchool, « Marketing book », pdf, [www.marketing-etudiant.fr](http://www.marketing-etudiant.fr). Consulté le 21/05/2024 à 18:46.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

### **3.1.2 Le marché potentiel**

Le marché potentiel : correspond aux ventes pouvant être réalisées par l'ensemble de la profession auprès des clients du produit et des non consommateurs relatifs (NCR). Ce marché comprend les consommateurs potentiels, c'est-à-dire ceux qui sont susceptibles d'utiliser le produit soit parce qu'ils en ont besoin, soit parce qu'ils consomment des produits similaires ou concurrents de l'entreprise.

### **3.2 La détermination de la demande**

Dans cette seconde phase, Il est indispensable de déterminer l'évolution de la demande en volume et en valeur, sa segmentation « qui achète ? » L'objectif est de sélectionner parmi l'ensemble des clients voire des utilisateurs identifiés lesquels cibler en premier lieu pour commercialiser votre produit ou service. Ainsi que le comportement des utilisateurs « l'utilisation de l'achat » et leurs critères d'achat « les motivations et les freins à l'achat, le degré d'implication et de préméditation par rapport au produit et les critères de choix entre les marques".

### **3.3 L'analyse de l'offre existante**

Dans cette troisième étape, Il est bon de savoir quels sont les concurrents directs qui proposent des produits similaires et les concurrents indirects qui vendent des produits de substitution qui sont déjà présents sur le marché. Ainsi, il faut bien analyser l'évolution globale de l'offre (les produits et/ou services et entreprises présentes sur le marché, les leaders).

### **3.4 La recherche des fournisseurs**

La quatrième information importante concerne les fournisseurs. L'exportateur doit trouver des sociétés qui lui permettant de concevoir le produit ou service qu'il souhaite vendre.

### **3.5 L'analyse de l'environnement du projet**

La dernière partie concerne la réglementation. Une bonne connaissance des lois et les normes et directives à respecter sont indispensables.

Il s'agit d'identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité. « Sa stabilité politique, sa conjoncture économique, les habitudes sociale, de consommation, les secteurs concernés, ...etc. »

Pour cela il existe un modèle qui englobe tous les éléments nécessaires dans l'analyse de l'environnement qui s'appelle PASTEL (Politique, Économique, Socioculturel, Technologique, Écologique, Légal) "L'analyse PESTEL est un outil de vaste portée pour

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

l'audit stratégique de l'environnement d'exploitation, permettant aux gestionnaires d'anticiper les sources potentielles de changement."<sup>5</sup>

- Politique - Couvrant les politiques gouvernementales, les questions de financement public, la réglementation et la stabilité politique.
- Économique - Comprenant les tendances économiques, les taux d'intérêt, le taux d'inflation, le chômage, etc.
- Socioculturel - Englobant les tendances culturelles, démographiques, les questions de responsabilité sociale, etc.
- Technologique - Couvrant les développements technologiques, les innovations, les accès à l'Internet, etc.
- Environnemental - Analysant les préoccupations environnementales, les réglementations, les défis climatiques, etc.
- Légal - Incluant la législation actuelle et potentielle impactant l'industrie ou le marché.

### 4 Les techniques d'étude des marchés

A l'international, les études de marché suivent la même méthodologie et utilisent les mêmes techniques que les études menées sur le marché local. On distingue trois catégories d'études des marchés :

#### 4.1 Études des sources secondaires ou recherche documentaire

Avant que l'entreprise ne décide de se rendre à l'étranger pour collecter les informations qualitatives, il lui est indispensable de bien exploiter les sources secondaires disponibles notamment les variables d'observation ; Cette première étape d'un projet de recherche est indispensable : elle peut en effet apporter, à très faible coût, des éléments d'information importants et susceptibles d'orienter très différemment la suite des travaux.

Les études documentaires consistent à exploiter une information préexistante. Elles seront complétées par un recueil d'informations primaires sur le terrain<sup>6</sup>.

Les études documentaires ont pour objectif la réalisation d'une première approche du marché et doivent permettre d'en apprécier l'accessibilité, l'attractivité et la sécurité de marché.

Le recours aux données secondaires constitue la démarche la plus simple, la plus rapide et la moins coûteuse. Il s'agit là d'un travail qui s'apparente à celui d'un documentaliste : découvrir les sources d'informations statistiques, commerciales, industrielles, fiscales,

---

<sup>5</sup>Andrew. G, Microéconomie – Macroéconomie, Dunod, Paris, 2007.

<sup>6</sup>CORINNE. P, commerce international, 6ème édition, Dunod, Paris, 2006, P. 17.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

identifier les travaux universitaires réalisés dans le domaine ; interroger les associations professionnelles et les groupes de pression concernés ; interpellier les sociétés d'études susceptibles d'avoir acquis une expérience dans le secteur étudié. Dans de nombreux cas, cette démarche peut apporter la réponse recherchée.

La recherche documentaire s'intéresse à tout ce qui est l'analyse des marchés sans recourir aux enquêtes par sondages. De nos jours, la recherche documentaire est régulièrement utilisée par la plupart des entreprises et particulièrement les PME qui ne disposent pas toujours des moyens nécessaires à la réalisation d'études par sondages relativement coûteuses. Cette étude secondaire permet de :

- Réunir des informations générales (économiques, démographiques, infrastructure...) Sur les marchés. Essentiellement quantitatives particulièrement utiles dans le cadre des études de pré sélection des marchés.
- Vérifier avant toute enquête que l'information n'existe et cela permet une économie de coûts et la mise à la disposition d'une information rapide.
- Faire le point sur la connaissance du problème en préalable à l'enquête et éviter ainsi les doubles emplois.

### **4.1.1 Cheminement de la recherche documentaire**

La recherche documentaire constitue la première étape d'une démarche de recherche. Plusieurs méthodes sont utilisées :

- Le recours à la littérature
- L'utilisation des statistiques internes ou externes
- La comparaison avec des cas ou expérience similaires
- Les interviews non structurées d'experts ou d'acteurs privilégiés.

### **4.1.2 Limites de la recherche documentaire**

L'étude documentaire devra généralement être complétée par une étude primaire sur le terrain étant donné les limites associées à la récolte des informations secondaires. La recherche documentaire peut en effet s'avérer difficile à cause des éléments suivants :

- La difficulté d'identifier les informations secondaires pertinentes parmi la masse importante de données disponibles ;
- Les informations secondaires manquent souvent de spécificités puisqu'elles sont créées initialement pour répondre à un autre objectif d'étude ;
- Toutes les informations pertinentes dont a besoin l'entreprise ne sont pas toujours disponibles dans tous les pays. Par ailleurs, puisqu'elles le sont, elles ne sont pas toujours utilisables car toutes les informations récoltées à l'étranger ne présentent pas le même degré de fiabilité et de précision.
- Les données secondaires ne sont pas toujours les plus récentes.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- Il n'est pas toujours possible de comparer les données entre pays car les méthodes de collecte de données, les définitions de variables étudiées et les années de référence varient souvent.

### 4.2 Étude de terrain

Après avoir mené une étude documentaire, l'entreprise devra très souvent collecter des informations primaires à travers une étude de terrain, encore appelée étude primaire. L'étude de terrain se base sur la collecte d'informations primaires. Dans le cadre de cette étude.

L'entreprise crée elle-même les informations dont elle a besoin « via l'observation, les sondages, ... » en se déplaçant directement dans le pays qui fait l'objet de l'étude. Cette étude est destinée à fournir des réponses appropriées à ses besoins spécifiques lorsque les sources secondaires ne sont pas suffisantes ou non pertinentes. Elle permet de vérifier, d'actualiser et de compléter les données quantitatives obtenues lors de la recherche documentaire en fournissant des données plus qualitatives, très précises et détaillées.

#### 4.2.1 Études qualitatives

L'objectif de l'étude qualitative est de mieux comprendre la cible visée par l'étude de marché. Lors de l'étude documentaire, le chargé d'étude reste quelque peu éloigné du terrain, car il travaille à partir de documents récupérés. A présent, il va devoir grandement se rapprocher de sa cible afin d'éclairer plusieurs éléments. Cette étude a pour but de comprendre les motivations et les freins des individus. Elle va permettre de construire ultérieurement un questionnaire plus compréhensible pour les personnes interrogées<sup>7</sup>.

"L'étude qualitative aide le chercheur à mieux cerner un problème marketing et à générer des pistes de solutions"<sup>8</sup>.

Parmi les techniques les plus utilisées dans ce type d'étude on trouve :

- Les entretiens individuels, qui permettent de prendre en considération et séparément l'avis des différentes personnes interrogées.
- Les entretiens de groupe, qui mettent en scène un animateur et des personnes de la cible à interroger.
- Les techniques d'observation.

#### 4.2.2 Les études quantitatives

« Les études quantitatives sont appréhendées par la statistique. Elles relèvent du comment et du combien. Elles permettent de faire rassortir la forme d'opinions, de faits et les comportements, les perceptions, les attentes et les préférences »<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup>DUBOIS.P, LOLIBERT.A, GAVARD-PERRET. M, FOURNIER. C, le marketing : Fondements et Pratiques, 5<sup>e</sup>édition, Ed. ECONOMICA, Paris, 2013, P.134.

<sup>8</sup>D'Astous.A, Le projet de recherche en marketing, Chenelière éducation, 2011.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Dès qu'on parle de l'étude quantitative, il faut bien comprendre que l'on va tenter au moyen de sondage. De mieux mesurer les comportements des individus. Deux catégories de méthode existent. Il s'agit des méthodes aléatoires et des sondages par choix aléatoires et des sondages par choix raisonnés ou méthodes empirique. Elles reposent sur l'utilisation d'enquêtes et le traitement statistique des informations collectées. Elles nécessitent :<sup>10</sup>

- La constitution d'un échantillon représentatif de la population à étudier ;
- L'élaboration d'un questionnaire ;
- L'administration du questionnaire ;
- Le tri des données ;
- L'analyse statistique « mesure des liaisons entre variables : corrélation entre variables quantitatives, dépendance de variables qualitatives ».

### 5 Typologies d'étude de marché

On trouve des différents types de l'étude de marché, le chargé d'étude doit choisir le type de l'étude qui convient aux besoins de l'entreprise ou selon le marché visé.

#### 5.1 Les études exploratoires

Les études exploratoires doivent permettre de réunir les informations nécessaires pour opérer la sélection des marchés. Les pré-études de marché auront pour le but de faire apparaître des groupes classés par priorité de l'aspersion sur la base de critères essentiels permettant d'orienter le choix de l'entreprise vers tel ou tel autre marché étranger, et cela tout en suivant une démarche bien définie<sup>11</sup>.

Avant d'entreprendre de coûteuses études sur le terrain qui risquent de ne pas apporter l'information recherchée, il vaut mieux entreprendre une recherche exploratoire, qualitative et/ou documentaire, qui permettra de circonscrire le problème, de générer des hypothèses, de suggérer des questions de recherche et éventuellement d'apporter des éléments de solution au problème posé initialement. D'une manière générale, une étude exploratoire est un préalable indispensable à toute étude quantitative. Également appelée "étude générale" ce type d'étude a pour but de faire la sélection d'un marché cible. En effet, la dispersion des moyens de l'entreprise sur une multitude de pays « marchés » n'est pas souhaitable. Cette "pré-étude" de marché aura pour but de faire apparaître l'intérêt ou non de commencer une démarche d'exportation plus poussée. L'objectif est de mettre en évidence les critères d'accessibilités et de faisabilités du marché envisagé.

Les informations à recueillir sont essentiellement de type macroéconomique. La méthode utilisée repose le plus souvent sur des techniques d'études documentaires. Il s'agit au niveau des études exploratoires d'identifier l'intérêt commercial d'un pays ou d'un groupe de

---

<sup>9</sup>D-IEMER.A, cours d'économie d'entreprise, Partie2 : les fonctions de l'entreprise, Chapitre 8 : La Fonction Co-mmerciale, CAPET, PLP, IUFM d'Auvergne, P.12.

<sup>10</sup>CORINNE.P, op.cit, P.17.

<sup>11</sup>Le dico du commerce international : <https://www.glossaire-international.com>, page 152.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

pays. Il est vrai que l'entreprise doit d'abord sélectionner les pays qui offrent le meilleur potentiel par rapport à son offre de produits et services.

Dans ce cas, l'entreprise recherche les informations sur la macro environnement des différents pays mais également des informations sur le microenvironnement qui doivent permettre de cerner le potentiel du marché, l'accessibilité du marché et sa stabilité qui sont des critères essentiels permettant d'orienter le choix de l'entreprise vers tels ou tels marché étranger.

### **5.1.1 Les objectifs d'une étude exploratoire**

Le besoin d'une étude exploratoire se fait ressentir lorsqu'une entreprise est confrontée à un problème mal ou vaguement défini. Les principaux objectifs d'une étude exploratoire seront donc des types suivants<sup>12</sup> :

#### **5.1.1.1 Compréhension**

- Examiner rapidement les menaces d'un problème ou le potentiel d'une opportunité qui se présente ;
- Reformuler un problème mal défini pour pouvoir l'analyser de manière précise ;
- Générer des hypothèses ou des conjectures concernant un problème ;
- Identifier les priorités de recherche future.

#### **5.1.1.2 Familiarisation**

- Familiariser l'analyste avec un problème ou avec un marché ;
- Réunir et analyser des informations facilement accessibles ;
- Clarifier certains concepts de produit ou de service nouveau.

D'une manière générale, recourir à une recherche exploratoire est opportun lorsqu'un problème est mal circonscrit ou trop vaste.

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

Ces études leur permettent de développer une connaissance globale et approfondie du marché abordé en analysant sa structure, son fonctionnement, ses contraintes, ses principaux acteurs, sa taille « volume de demande potentiel ». Elles ont pour objectif d'approfondir la connaissance d'un nouveau marché, d'identifier les principaux acteurs et les modalités de fonctionnements de ce marché<sup>13</sup>. L'entreprise peut confirmer le degré d'attractivité des marchés, à court et à moyen terme et déterminer si elle doit et si elle peut s'y lancer. En d'autres termes, l'étude sur la structure et le fonctionnement d'un marché permet d'aboutir au choix final du marché cible.

---

<sup>12</sup>Le dico du commerce international : <https://www.glossaire-international.com>, page 153.

<sup>13</sup> CORINNE.P, op.cit, p.08.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Après avoir sélectionné le ou les marchés cibles, l'entreprise peut y mener des études ponctuelles qui visent notamment à poser les bases de la segmentation du marché, définir précisément les différents éléments du plan de commercialisation afin que celui-ci soit en Adéquation, d'une part avec les caractéristiques du marché et d'autre part, avec les ressources et les limites internes de l'entreprise <sup>14</sup> :

### 5.2.1 Le produit et la concurrence

Une étude de marché sur le produit peut avoir pour objectif de mesurer son acceptabilité par les consommateurs à travers des tests de concept, de nom, de conditionnement, de marque

- Qualifier la consommation actuelle du produit :  
 $\text{consommation} = \text{production} + \text{importations} + \text{exportations}$ ;
- Estimer son évolution en utilisant les méthodes statistiques de projection ;
- Identifier la clientèle (qui prescrit ? qui consomme ? délimiter les segments de clientèle) ;
- Identifier le comportement d'achat « motivations, habitudes, processus d'achat » ;
- Évaluer la part de marché prédictive de l'entreprise par des marchés-tests.
- Qualifier l'offre de produits concurrents « offre locale et offre de produits importés » ainsi que son évolution ;
- Identifier les principaux producteurs locaux et leurs parts de marché ;
- Analyser les caractéristiques techniques et commerciales des produits concurrents ;
- Identifier les facteurs clés de succès sur le marché.

### 5.2.2 Le prix

L'étude de marché doit aider l'entreprise à fixer un prix adapté au marché, sur base, notamment, du relevé des prix des concurrents et de l'estimation du prix psychologique accepté par les consommateurs<sup>15</sup> :

- Identifier les prix pratiqués ;
- Identifier les conditions de ventes usuelles « garantie, paiement... » ;
- Identifier les prix d'acceptabilité pour le consommateur.

### 5.2.3 La distribution

Une étude dans ce domaine doit permettre de choisir le mode de pénétration et les canaux de distribution les plus adaptés compte tenu de l'environnement et des contraintes internes à l'entreprise. Elle passera notamment par l'étude de la structure de distribution locale, l'identification des acteurs, l'analyse des performances de chaque circuit de distribution, la recherche et la sélection de partenaires industriels et commerciaux, etc. <sup>16</sup>

---

<sup>14</sup>PASCO BERHO.C, marketing international, édition dunod 2000, pages 63-70, page5.

<sup>15</sup>PASCO BERHO.C, marketing international, édition dunod 2000, pages 63-70, page5.

<sup>16</sup> PASCO BERHO.C, Op Cit, page 5.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

Elle permet :

- Identifier les canaux de distribution utilisés et leurs poids relatifs ;
- Identifier les types d'intermédiaires ;
- Déterminer la structure des coûts de distribution ;
- Identifier les habitudes des différents circuits « marge, qualité des produits, image de marque, service après-vente... ».

### **5.2.4 La communication**

- L'étude peut avoir pour objectif de recherche des axes publicitaires, de tester à priori l'efficacité d'un message et d'en apprécier la mémorisation ;
- Identifier les pratiques des concurrents ;
- Identifier les vecteurs de communication disponibles et leur coût.

## **Section 02 : Le diagnostic export**

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

### **1 Les objectifs du diagnostic export**

Avant d'entamer la démarche stratégique pour se développer sur les marchés étrangers, l'entreprise doit évaluer son aptitude à exporter, une démarche d'exportation peut devenir très coûteuse en temps et en argent si on ne s'assure pas d'avoir :

- Un produit ou un service concurrentiel à offrir ;
- Les ressources financières nécessaires ;
- Une capacité de production suffisante ;
- L'engagement de la direction.

Il est donc primordial, avant de faire un plan à l'exportation, de bien évaluer les forces et les faiblesses de l'entreprise. En répondant aux questions d'un diagnostic export, on aura une meilleure idée du niveau de préparation de notre entreprise et on sera en mesure de connaître les faiblesses nécessitant une amélioration avant d'aborder un marché étranger. Cette étape est cruciale, car elle peut faire la différence entre la réussite et l'échec sur le marché international.

Le diagnostic s'exprime en deux dimensions :

- Le diagnostic interne : il présente les forces et les faiblesses de l'entreprise et ses fonctions
- Le diagnostic externe : il s'agit des menaces et des opportunités liées aux différents environnements des marchés cibles.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Le diagnostic interne et le diagnostic externe<sup>17</sup> vont déterminer et évaluer les potentiels stratégiques et opérationnels de l'entreprise face à des projets d'export. De même, ils vont orienter l'action stratégique et commerciale.

### 2 Le diagnostic interne

Dans un premier temps, le diagnostic consiste en l'évaluation des grandes fonctions de l'entreprise et conduit à mettre en évidence ses ressources. Il permet de mesurer le degré de savoir-faire international de l'entreprise<sup>18</sup>.

Ce diagnostic nous permet de voir si l'entreprise a les capacités nécessaires pour exporter, et d'avoir une vision future sur l'aptitude de l'entreprise sur le marché international. Dans cette étape on met en évaluation le potentiel de l'entreprise et avec quels moyens compte-t-elle de se lancer à l'international, il est important de bien analyser la situation au début pour démarrer sur une base solide et connaître les forces et les faiblesses de l'entreprise.

#### 2.1 La capacité de production

Disposer d'une capacité de production excédentaire est une condition évidente de l'exportation. C'est même souvent un facteur stimulant de la démarche exportatrice de l'entreprise. Mais ce n'est pas une condition suffisante<sup>19</sup>. L'exportateur doit être capable de :

- Produire en quantités suffisantes et sur une longue période. L'exportation de surplus occasionnels n'est pas une politique. Des investissements peuvent être nécessaires pour atteindre ce niveau de capacité de production, d'autant plus si le marché visé a un fort potentiel de développement. Par ailleurs, la capacité disponible pour l'exportation doit être évaluée en tenant compte des investissements projetés et des perspectives de développement du marché national.
- Fabriquer un produit adapté : mettre le produit en conformité avec les normes en vigueur ou avec les exigences commerciales des marchés étrangers suppose une flexibilité de l'appareil de production et impose souvent des coûts supplémentaires.
- Produire dans des conditions de livraison compatibles avec les exigences du marché : la capacité de stocker et de financer les stocks est un élément du diagnostic.

Le diagnostic doit s'attacher autant à la capacité d'adaptation qu'à évaluer la capacité de production immédiatement disponible pour servir les marchés étrangers.

#### 2.2 La capacité financière

L'entreprise dispose-t-elle de moyens financiers permettant<sup>20</sup> :

- D'accroître l'outil de production ou la surface d'entreposage ;

---

<sup>17</sup>PASCO BERHO.C, Marketing international en 23 fiches, édition Dunod, Paris, 2008, p37.

<sup>18</sup>PASCO BERHO.C, Marketing international, édition Dunod, Paris, 2002, p38.

<sup>19</sup>Idem.

<sup>20</sup>SYLVIE GRAUMANN.Y, Commerce international Guide pratique », LexisNaxis SA, 2005, p5.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- D'assumer des dépenses de prospection ;
- De recruter du personnel spécialisé à l'export ;
- D'assurer la communication du produit ?

Quels sont les modes de financements auxquels l'entreprise devra recourir (subventions, assurance prospection, crédit de préfinancement, mise en place d'acomptes, etc.) ?

L'exportation donc affecte la capacité financière de l'entreprise à trois niveaux.

- L'investissement : investissements dans l'outil de production, investissements commerciaux, investissements dans les réseaux de distribution à l'étranger.
- Le besoin en fonds de roulement : l'exportation nécessite une augmentation des stocks, un alourdissement des crédits-clients du fait des délais de crédits et de règlements plus longs.
- Le risque financier : risque de non-paiement, risque de change.

On peut récapituler les incidences financières de l'exportation de la manière suivante :

Tableau 1 : les incidences financières de l'exportation.

	Phase commerciale initiale	Mise en valeur du marché	Exécution commande fabrication/service	Règlement
Investissements	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Recherche de marché</li> <li>– Recherche de produit</li> <li>– Recherche d'agent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Implantation d'un réseau</li> <li>– Recrutement / formation personnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Accroissement de la capacité de production ou de la capacité de service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Création et entretien réseau après-vente</li> </ul>
Besoins de fonds de roulement	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Financement des dépenses prospection</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Constitution de stocks</li> <li>– Élaboration de devis, et frais de soumission</li> <li>– Financement de campagne de publicité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stocks préfinancement de la fabrication</li> <li>– Constitution de cautions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Financement</li> <li>– Crédit-client</li> </ul>
Risques financiers			<ul style="list-style-type: none"> <li>– Risque de rupture de contrat</li> <li>– Risque d'augmentatio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Risque de non-paiement</li> <li>– Risque politique</li> <li>– Risque de</li> </ul>

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

			n des couts de production	change
Solution disponibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Crédit de prospection</li> <li>– Assurance-prospection</li> <li>– Assurance-foire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Financement de stocks à l'étranger</li> <li>– Caution de soumission</li> <li>– Procédures de financement des implantations à l'étranger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Préfinancement</li> <li>– Assurance-risque économique Coface</li> <li>– Assurance-risque de fabrication Coface</li> <li>– Crédit d'investissement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Procédure de financement des exportations</li> <li>– Assurance-crédit Coface</li> <li>– Marché des changes</li> </ul>

Source : J-M. De Leersnyder, Marketing international, Dalloz, 1982

### 2.3 Les compétences organisationnelles et personnelles

La réalisation de l'exportation, de la négociation commerciale au traitement des commandes, à l'expédition et au règlement comprend des tâches très nombreuses et variées. Les mener à bien suppose l'existence d'un personnel formé et compétent. L'importance des travaux administratifs et de gestion implique une organisation rigoureuse : le diagnostic devra vérifier d'une part que l'ensemble des tâches est ou peut être exécutée, et ce avec la coordination nécessaire, et d'autre part, qu'une autre répartition des tâches ne serait pas plus efficace. Souvent, l'entreprise est amenée à adapter sa structure (création d'un service export) et elle doit pouvoir absorber les frais de structure supplémentaires.

Au sein de PME, l'exécution des opérations d'exportation repose largement sur des partenaires (agents, transporteurs, banques...). La capacité de l'entreprise à mobiliser, coordonner et contrôler est alors à vérifier.

De plus, exporter exige, du moins au démarrage, une participation très active de la direction qui doit savoir organiser et développer la cellule internationale en répartissant les tâches comme<sup>21</sup> :

- Qui réalisera l'étude de marché ?
- Qui déterminera la stratégie export ?
- Comment assurer les tâches administratives de l'export ?
- Qui sera chargé de la conception des outils de communication ?...

<sup>21</sup>SYLVIE GRAUMANN.Y, Commerce international Guide pratique », LexisNaxis SA, 2005, p6.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Pour mener à bien ces fonctions, les membres du service export doivent avoir le profil suivant :

- Posséder au moins deux langues étrangères, dont l'anglais ;
- Pour le personnel administratif, outre la connaissance des techniques internationales, avoir une formation en informatique et si possible une connaissance des logiciels exports ;
- Savoir s'adapter rapidement à tous types de situation ;
- Être ouvert aux différences culturelles ;
- Réviser en permanence ses connaissances ;
- Lire régulièrement la presse internationale afin de comprendre les incidences économiques des grands changements politiques.

Une fois que l'entreprise a pu répondre de façon satisfaisante à ces questions, elle doit s'interroger plus précisément sur ses avantages à l'export.

### 2.4 Les compétences marketing et logistiques

La maîtrise du marché de base de l'entreprise doit être analysée au travers de<sup>22</sup> :

- La position de l'entreprise sur le marché national, voire sur les marchés étrangers,
- La situation par rapport aux principaux concurrents,
- La stratégie commerciale adoptée,
- L'image de l'entreprise,
- Les réseaux de vente maîtrisés,
- La politique de communication mise en œuvre,
- Les caractéristiques du système d'information marketing,
- Le système de distribution physique adopté,
- Les capacités à maîtriser les opérations d'emballage, de stockage, de transport...

La maîtrise du marché de base d'une entreprise est un aspect crucial qui nécessite une analyse approfondie de plusieurs facteurs clés. Il est essentiel d'évaluer la position de l'entreprise sur le marché national, voire sur les marchés étrangers, afin de comprendre sa part de marché et son positionnement par rapport à ses concurrents. Il est important d'examiner la situation de l'entreprise par rapport à ses principaux concurrents, en termes de parts de marché, de stratégies commerciales, de positionnement et d'image de marque.

La stratégie commerciale adoptée par l'entreprise, y compris son approche marketing, sa politique de communication et ses réseaux de vente, joue un rôle déterminant dans sa capacité à conquérir et à fidéliser sa clientèle. L'image de l'entreprise, façonnée par sa communication et sa réputation, est également un facteur clé à prendre en compte. De plus, le système d'information marketing de l'entreprise, qui englobe la collecte, l'analyse et l'utilisation des données sur les clients et les marchés, est essentiel pour orienter les décisions stratégiques.

---

<sup>22</sup>PASCO BERHO.C, Marketing international, édition Dunod, Paris, 2002, p39

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Toutes ces informations et ces données sont issues de l'étude de marché, donc il est primordial de partir sur une étude bien détaillée afin de prendre des décisions stratégiques et analyser également le système de distribution physique adopté par l'entreprise, incluant les opérations d'emballage, de stockage et de transport. Ces aspects logistiques ont un impact direct sur la capacité de l'entreprise à répondre efficacement à la demande du marché et à fournir un service de qualité à ses clients.

### 3 Diagnostic externe

L'analyse externe, c'est l'évaluation de l'environnement externe de l'entreprise, en identifiant les opportunités et les menaces. On distingue deux types d'environnement : le microenvironnement et le macro-environnement<sup>23</sup>.

#### 3.1 L'analyse du macro-environnement

La méthode PEST est l'outil classique d'analyse de l'environnement externe, cette méthode consiste à diviser l'environnement en quatre domaines :

- Politique : stabilité politique et environnementale, politique fiscale, protection des consommateurs... etc.
- Économique : croissance économique, chômage, inflation, pouvoir d'achat... etc.
- Social : croissance de la population, répartition des revenus, condition de vie, niveaux d'éducation, tendance de consommation...etc.
- Technologie : taux de transfert de technologie, dépenses publiques en recherches & développement, télécommunication, innovation...etc.

Par la suite, la méthode PEST est devenue PESTEL, avec deux autres dimensions :

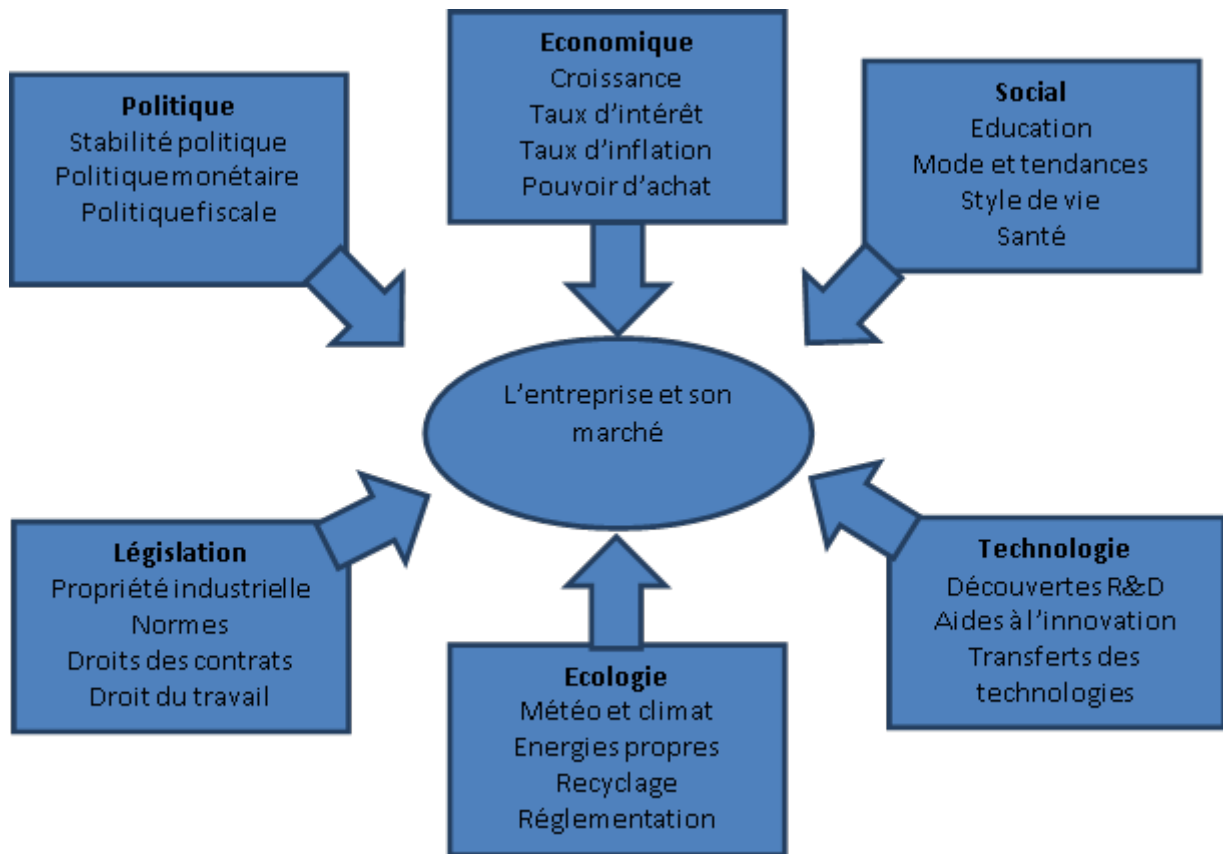
- Environnement (écologique) : pollution, aspect climatique, catastrophes naturelles, protection de l'environnement...etc.
- Légal : lois, règlements, normes, droit d'auteur, propriété industrielle, jurisprudences, droit coutumier et droit de travail...etc.

---

<sup>23</sup>AMELON.J, CARDEBAT.J, les nouveaux défis d'internationalisation : quel développement international pour l'entreprise après la crise, Ed De Boeck université, Bruxelles, 2010.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Figure 1 : model de l'analyse PESTEL.



Source : réaliser par nous soin d'après : Amelon J, Cardebat J.

### 3.2 L'analyse de micro-environnement

C'est l'analyse de l'environnement procède l'entreprise ; ses fournisseurs, ses clients, ses concurrents...

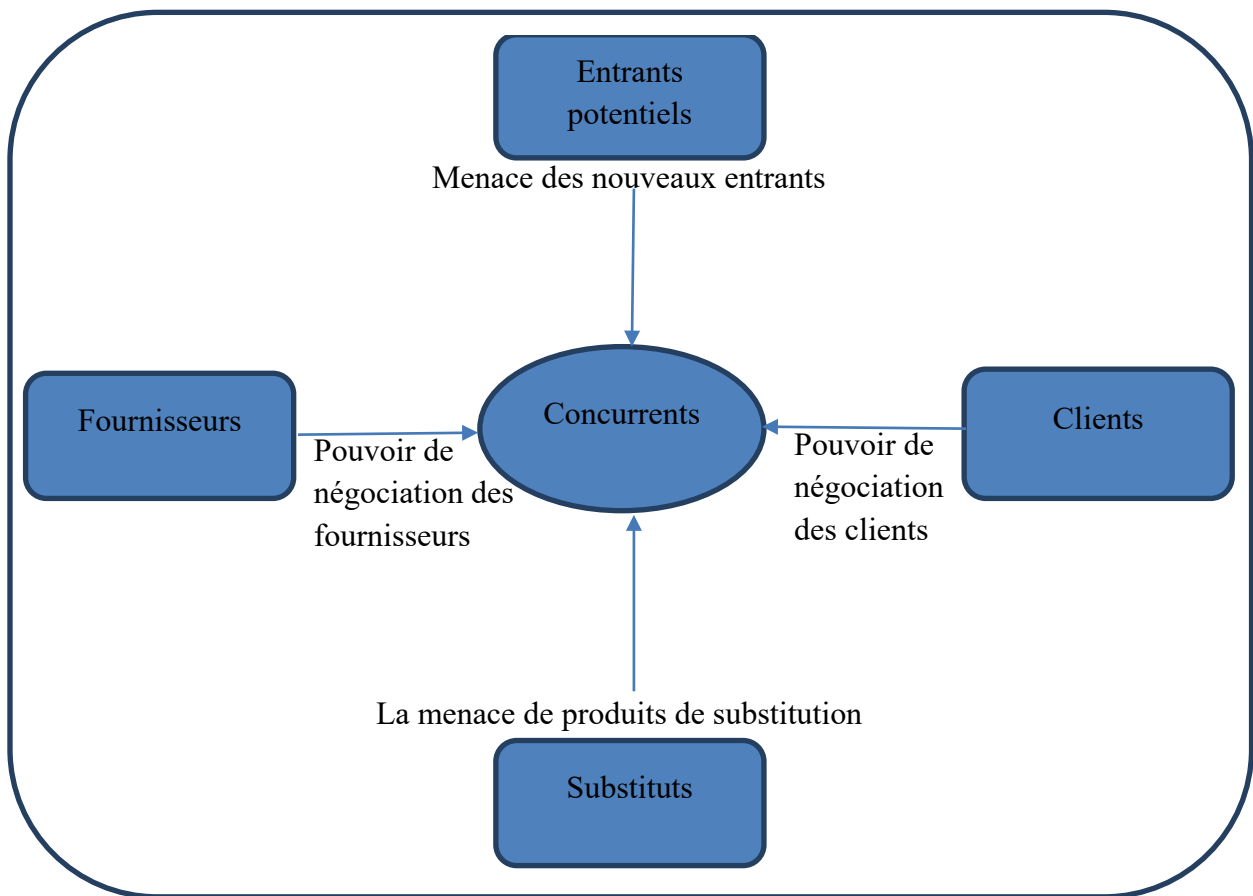
On utilise le modèle M. Porter pour identifier les forces concurrentielles au sein d'une activité<sup>24</sup>.

- La menace des nouveaux concurrents : s'évaluer en fonction des barrières existées à l'entrée.
- L'intensité de la concurrence intra-sectorielle : l'existence des concurrents de taille comparable et les produits faiblement différenciés.
- Le pouvoir de négociation des fournisseurs : lorsque les fournisseurs détiennent le pouvoir, et qu'ils n'existent de produits substituables à leurs produits.
- Le pouvoir de négociation des clients : lorsque les produits sont faiblement différenciés et que le coût de changement des fournisseurs est faible pour le client.
- La menace des produits substitués : l'existence des produits substituables qui rend les besoins satisfaits.

<sup>24</sup>AMELON.J, CARDEBAT.J, Op. Cit.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

Figure 2: les cinq forces de M. Porter.



Source : D'après : M. Porter, L'Avantage concurrentiel.

Après avoir analysé chaque force, évaluer leur impact individuel (faible, moyen ou fort), puis considérer la situation dans son ensemble pour déterminer s'il y a un danger pour l'entreprise. Ensuite, proposer les orientations à prendre en matière de veille stratégique et d'innovation.

### Section 3 : les intervenants

Une opération d'exportation ne se déroule pas entre le vendeur et l'acheteur seulement, des institutions ou organisations gouvernementale et privé peuvent intervenir.

#### 1 Les institutions d'appui

Comme tous les autres pays, l'Algérie a mis en place plusieurs organismes publics dans le cadre de sa politique commerciale. Ces derniers ont non seulement pour objectif ultime la promotion du commerce extérieur algérien, mais également d'asseoir une réelle politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures, véritable défi qu'il faut relever, en offrant aux entreprises nationales un meilleur accompagnement dans leur processus d'exportation.

L'amélioration du cadre institutionnel s'est notamment traduite par :

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- **CNRC** : Conditions d'exercice des activités commerciales

Le Centre National du Registre du Commerce par abréviation CNRC est un établissement public créé par décret 63-249 du 10 Juillet 1963 sous la dénomination initiale d'Office National de la Propriété Industrielle (ONPI) et qui a pris la dénomination CNRC par le décret 73-188 du 21 Novembre 1973 avec comme domaine de compétences la centralisation du Registre du commerce délivré par les greffes des Tribunaux.

Le Centre National du Registre du Commerce est une institution administrative autonome placée sous l'égide du Ministre du Commerce depuis le mois de Mars 1997.<sup>25</sup>

Le CNRC n'intervient pas directement dans les opérations d'exportation, mais le passage au CNRC est obligatoire pour les exportateurs et toute entreprise envisage d'exercer une activité d'exportation pour être immatriculée au Registre du Commerce tenu par le CNRC. Cette immatriculation est une condition préalable indispensable.

- **DGI** : La Direction Générale des Impôts

La Direction Générale des Impôts (DGI) a son rôle dans les opérations d'exportation dans le cadre de la fiscalité avec la délivrance des certificats d'existence, carte magnétique fiscale (NIF), exonérations fiscales à l'export...

- **INAPI** : L'Institut National de la Propriété Industrielle

Placé sous la tutelle du Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement, l'Institut National Algérien de Propriété Industrielle (INAPI) a été érigé en établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) par Décret Exécutif n° 98-69 du 21 Février 1998 dans le cadre de la restructuration de l'INAPI mère (Institut Algérien de Normalisation et de Propriété Industriel)<sup>26</sup>.

En renforçant son intervention sur ces six axes stratégiques, l'INAPI poursuivra son action d'agent du développement de l'économie et des entreprises algériennes et ce en facilitant le recours à la propriété industrielle qui constitue un élément clé d'une stratégie de développement économique reposant sur l'innovation :

- Améliorer le service rendu aux utilisateurs à travers la réduction des délais de traitement des demandes ;
- Faciliter l'accès à l'information via un site internet [inapi.org](http://inapi.org) ;
- Encourager le recours à la propriété industrielle (marques, brevets d'invention, dessins et modèles, appellations d'origine, schémas de circuits intégrés) afin de favoriser la croissance par l'innovation ;
- Contribuer à l'amélioration de l'environnement juridique et institutionnel ;
- Être un acteur central de la lutte contre la contrefaçon ;
- Poursuivre sa transformation interne d'une culture de procédures à une culture de services.

<sup>25</sup>[www.sidjilcom.cnrc.dz](http://www.sidjilcom.cnrc.dz). Consulté le 23/05/2024 à 16 :33.

<sup>26</sup>[www.industrie.gov.dz/fr/inapi](http://www.industrie.gov.dz/fr/inapi). Consulté le 27/05/2024 à 10: 15.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- **Les Banques commerciales**

Les banques commerciales jouent un rôle clé dans le financement et la facilitation des opérations d'exportation en Algérie, notamment dans l'ouverture des comptes bancaires, domiciliation des exportations, rapatriement dans les délais et la rétrocession des recettes d'exportation.

- **CACI : La Chambre de Commerce et d'Industrie**

La Chambre de Commerce et d'Industrie Instituée par le décret exécutif n° 96 -93 du 03 Mars 1996, est un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. La CACI est chargée, notamment, d'assurer les missions suivantes<sup>27</sup> :

- De fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur les questions et préoccupations intéressant directement ou indirectement, au plan national, les secteurs du commerce, de l'industrie et des services ;
- D'organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis ;
- D'effectuer la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens ;
- De réaliser toute action d'intérêt commun aux chambres de commerce et d'industrie et de susciter leurs initiatives ;
- D'assurer la représentation de ses chambres auprès des pouvoirs publics et de désigner des représentants auprès des instances nationales de concertation et de consultation ;
- D'entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs.

- **Direction des Services Agricoles de Wilaya**

Pour les produits agricoles, il faut se rendre à la direction des Services Agricoles de Wilaya pour faire un certificat phytosanitaire

- **Direction des Services Vétérinaire**

Pour produits animaux ou d'origine animale, il faut faire un certificat sanitaire au prèt de la direction des Services Vétérinaire.

- **Direction de la Pêche de Wilaya**

Pour les pêcheurs il avoir un certificat sanitaire, Agrément et certificat d'origine de capture (UE) pour leur produit destiné à l'exportation.

---

<sup>27</sup>[www.caci.dz](http://www.caci.dz). Consulté le 25/05/2024 à 14 : 48.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- **UNTCA Union Nationale des Transitaires et Commissionnaires en douane agréés Algériens**

Démarches auprès d'un transitaire ou commissionnaire en douane pour les formalités douanières, documents de transport, etc.

- **DGD : La Direction Générale Des Douanes**

La direction générale des douanes joue un rôle important dans les opérations d'exportation :

- Déclaration en détail à l'exportation ;
- Régimes douaniers économiques ;
- Facilitations douanières à l'export ;
- Statut de l'Opérateur Économique Agréé ... etc.

Le site de l'administration des douanes algériennes publie les réglementations douanières en vigueur. On y trouve les régimes douaniers, prohibitions, documents exigés, la nomenclature tarifaire et les taux de droits de douane applicables. Il communique aussi les statistiques officielles du commerce extérieur.

- **CAGEX : Compagnie Algérienne D'assurance et de Garantie Des Exportations**

Assurance-crédit à l'exportation, vente de l'information commerciale sur les acheteurs et les fournisseurs et le recouvrement des créances à l'étranger.

La CAGEX est une société par action qui a été créée en 1996<sup>28</sup> afin de constituer un instrument supplémentaire d'appui aux exportations hors hydrocarbure. Elle est spécialisée dans l'assurance-crédit à l'exportation et chargée de la couverture des risques à l'exportation, de la garantie de paiement en cas de défaillance de l'acheteur (risques commerciaux et risques politiques : insolvabilité, guerres,...etc.) et informer les exportateurs quant à la solvabilité de leurs acheteurs étrangers ce qui leur permettra de sélectionner leur clientèle, sécuriser l'exportateur dans leurs activités en les assurant l'obtention du paiement de leurs créances quels que soient les aléas. 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. Cette compagnie a aussi passé des accords de coopération avec une dizaine d'organismes similaires dans le monde et en particulier avec la COFACE afin de faire partie du réseau mondial des assureurs et donc de mieux prêter l'assistance aux exportateurs.

- **Entreprises portuaires/aéroportuaires, Compagnies de transport : Maritimes, aériennes et terrestres**

Les compagnies de transport délivrent les documents liés au transport selon le mode de transport choisi :

---

<sup>28</sup>La CAGEX est régie, entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996.

## Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation

- Connaissance maritime ;
- Lettre de transport aérien LTA ;
- Lettre de voiture internationale CMR.

- **FSPE : Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations**

Le FSPE a été créé pour promouvoir les exportations Hors Hydrocarbures à travers la prise en charge d'une partie des frais liés au transport des marchandises et la participation des entreprises aux foires et salons à l'étranger selon les taux ci-après

1. Participation aux manifestations économiques à l'étranger<sup>29</sup> :
  - 80%, dans le cas d'une participation collective aux foires et expositions inscrites au programme annuel officiel.
  - 50%, dans le cas d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.
  - 100%, dans le cas d'une participation revêtant un caractère exceptionnel ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique.

Les frais de publicités (affichages, brochures, dépliants, publicité sur médias écrits et audio-visuel), spécifiques à la manifestation considérée (intitulé de la foire, période, lieu, ...etc.), sont éligibles à une couverture par le FSPE.

2. Pour le transport, transit et manutention des marchandises destinées à l'exportation :
  - 50%, dans le cas de transport international des produits agricoles périssables.
  - 25%, dans le cas de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.

- **ANEXAL : Association Nationale des Exportateurs Algériens**

L'association nationale des exportateurs algériens rassemble et fédère les exportateurs algériens, défend leurs intérêts matériels et moraux.

- **SAFEX : Société Algérienne des Foires et Exportation**

Elle organise des manifestations économiques et expositions à caractère national et international, local et régional en Algérie<sup>30</sup>.

## Conclusion

Dans ce chapitre on a abordé les étapes de préparation que l'entreprise doit faire avant de procéder à l'exportation, ce processus initial nous montre la différence entre le marché local et un marché étranger, et l'importance de l'étude de marché et son rôle dans la réussite de l'opération d'exportation, le recueil d'information pour effectuer une étude de marché est parfois très coûteux pour l'entreprise en temps et en argent, mais ça reste une étape indispensable avant de débiter une opération d'exportation.

---

<sup>29</sup>Guide pratique de l'exportateur Algérien, ALGEX, 2021.

<sup>30</sup>[www.safex.dz](http://www.safex.dz). Consulté le 27/05/2024 à 22 :21.

## **Chapitre 1 : le processus d'avant et pendant l'exportation**

L'étude de marché nous donne toutes les informations relatives au marché visé et son environnement, ces informations servent à identifier les caractéristiques du marché et de comprendre son fonctionnement, pour enfin savoir les probabilités et l'estimation de la rentabilité du marché visé ou bien elles nous permettront de choisir le marché où nous aurons plus d'opportunités lors d'une étude sur un vaste territoire.

L'étape qui suit l'étude de marché est le diagnostic export, ce dernier nous permet de désigner les forces, les faiblesses, les opportunités et menaces de l'entreprise, puis en comparant les résultats de diagnostic export avec ceux de l'étude de marché, on pourra définir la stratégie d'exportation que l'entreprise va suivre, parfois le produit ou le service offert par l'entreprise nécessite des modifications pour mieux s'adapter aux besoins du marché visé, la politique suivie par l'entreprise doit aussi avoir des modifications pour assurer une meilleure rentabilité que ce soit sur le plan de production, de distribution, de prix...

Une fois que l'entreprise s'est préparée pour l'exportation, elle doit savoir où se rendre pour compléter d'autres étapes administratives et documentaires, pour cela nous avons établi une liste des institutions qui interviennent dans le processus d'exportation et le rôle de chacune. Les préparatifs d'avant l'exportation est l'étape cruciale pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

# Chapitre 2

---

**Les principaux documents pour  
l'exportation**

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

### Introduction

L'environnement international est complexe, les opérations de commerce international nécessitent des procédures et des précautions spécifiques pour maintenir l'ordre et assurer la sécurité et préserver les intérêts de tous les acteurs du commerce international.

Dans ce chapitre nous allons présenter les documents et les procédures administratives que l'exportateur doit savoir avant de se lancer dans une opération d'exportation, dans la première section, on va expliquer les étapes initiales pour conclure un contrat de ventes international.

Dans la deuxième section, on va présenter les documents utiliser dans le commerce international, des documents commerciaux, bancaires, douaniers et documents d'expédition, puis dans la troisième section on va aborder quelques notions de bases, notamment sur la logistique internationale, que l'exportateur doit savoir avant de se lancer dans cette activité afin de mieux comprendre le déroulement des opérations d'exportation, et de bien définir ses futurs objectifs.

### Section 1 : Le contrat de vente international

On a vu dans le chapitre précédent dans l'étude de marché que le marché étranger est déférent du marché local, c'est évident que le maintien d'une relation commerciale internationale sera déférent aussi, l'exportateur et l'importateur doivent établir un contrat de vente international qui déterminera la nature de leur relation et les conditions de déroulement des opérations qu'ils vont effectuer.

La question sur un modèle du contrat de commerce international uniforme est posée au sein des économistes et des experts juridiques dans le monde, généralement les conditions de vente internationale s'effectuent selon la convention de Vienne du 11 avril 1980 sur les contrats de vente internationale. Elle ne règle pas le transfert de propriété, la validité du contrat, les clauses de variation de prix<sup>31</sup>. Les parties peuvent l'adopter comme ils peuvent la rejeter. La convention ne s'applique que si les parties y consentent expressément. Son caractère supplétif est sa principale caractéristique. Les parties peuvent écarter son application, soit complètement, soit partiellement<sup>32</sup>.

L'entreprise qui envisage d'exporter peut confier à un agent commercial la gestion de ses opérations commerciales à travers un contrat de représentation commerciale.

---

<sup>31</sup>THIEFFRY.J, Les nouvelles règles de la vente internationale, droit et pratique du commerce international, vol.15, n°3, édition Masson, 1989.

<sup>32</sup>YESSAD.H, le contrat de vente internationale de marchandises, thèse pour le doctorat en droit, ummto, 2008, p.131.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

### 1 Le contrat de représentation commerciale

Le contrat de représentation commerciale<sup>33</sup> est un accord juridique entre une entreprise (le mandant) et un représentant commercial (le mandataire) dans lequel le mandataire est autorisé à agir au nom du mandant durant une durée précise et un but précis, comme promouvoir, vendre ou distribuer les produits ou services de l'entreprise.

Le contrat peut être réalisé sous la forme de bon de commande, facture, bon de garantie, bordereau, bon de livraison, billet ou autre document, quels que soient leur forme et leur support et contenant des spécifications ou références correspondant à des conditions générales de vente préétablies<sup>34</sup>.

Ce contrat établit les droits et les obligations des deux parties contractantes, dont les conditions de rémunération, les commissions sur les ventes réalisées, les frais de déplacement de représentant... Il est important que le contrat de représentation commerciale soit clair et précis pour protéger les intérêts des deux parties et d'éviter les litiges.

### 2 Contrat de vente international

On considère le contrat du commerce international<sup>35</sup> toute transaction commerciale impliquant un mouvement de biens ou de service à travers les frontières ou qui touche l'économie de deux pays, ce contrat désigne les droits et obligations des deux parties et les clauses et les termes de déroulement de l'opération commerciale,

Le contrat de vente international peut comporter plusieurs difficultés, souvent ils sont liés aux différences entre les lois et les pratiques commerciales des pays, pour éviter ces difficultés et préserver les intérêts des deux parties, la rédaction du contrat doit s'effectuer le plus soigneusement possible et avec un maximum de précisions.

Le contrat de commerce international s'établit sur la base d'une offre ferme du vendeur suivie d'une acceptation, sans conditions, de cette offre par l'acheteur, puis il rentre en vigueur à la signature des deux parties, généralement après avoir rempli certaines conditions préalables (paiement des acomptes, mise en place d'une garantie de restitution d'avance...).

#### 2.1 Effets du contrat de vente international

Avant la réalisation d'un contrat de vente international il est bon de savoir les effets liés à ce contrat, afin de protéger ses intérêts et d'éviter toute sorte de litiges.

##### 2.1.1 Obligations du vendeur

- Garantie la conformité des marchandises aux spécifications du contrat ;

---

<sup>33</sup>Annexe 1.

<sup>34</sup>Journal Officiel Algérie, Loi n° 04-02 du 5 Joumada El Oula 1425 correspondant au 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales.

<sup>35</sup>Annexe 2.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

- Livrer la marchandise dans les délais fixés, au lieu prévu ;
- Remettre les documents se rapportant aux marchandises à livrer ;

### 2.1.2 Obligation de l'acheteur

- Satisfaire au paiement des marchandises suivant les conditions requises ;
- Réceptionner la marchandise ou en prendre livraison « obligation prise en charge de la marchandise même lorsqu'elle est en quantité ou en qualité insuffisante » ; tout en prenant les dispositions conservatoires pour préserver ses intérêts.

### 2.1.3 Transfert de propriété

Ce transfert intervient, en règle générale, une fois que l'acheteur se sera acquitté, auprès de sa banque, de la totalité de la somme due.

### 2.1.4 Transfert de risques

Le transfert de risques est généralement associé au transfert propriété. Cependant, vu la complexité des contrats de commerce international, le transfert de propriété ne vaut pas nécessairement transfert intégral de tous les risques.

Aussi, le recours aux « incoterms », qui définissent sans ambiguïté le lieu de transfert des risques selon le choix des parties et le mode de transfert à utiliser, constitue la meilleure solution

## 2.2 Éléments constitutifs d'un contrat de commerce international

Le contrat de commerce international comporte généralement quatre grandes parties :

- **Des éléments généraux :**
  - Préambule exposant un résumé du projet ;
  - Identité des contractants ;
  - Nature et objet du contrat ;
  - Définition de certains termes afin d'éviter toute mauvaise interprétation ;
  - Liste des documents contractuels
- **Des éléments techniques et commerciaux :**
  - Nature du produit : sa composition, ses spécifications techniques, sa qualité...
  - Nature de l'emballage ;
  - Délais d'exécution et mode de traitement des pénalités de retard ;
  - Protocole de contrôle et d'examen de conformité ;
  - Conditions de modification du contrat, par voie d'avenants ;
  - Le moyen de transport.
- **Des éléments financiers :**
  - Quantité, prix et montant total, ferme ou révisable, en indiquant dans ce dernier cas la formule de révision ;

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

- Frais inclus dans le prix, l'incoterm utilisé ;
- Mode de paiement ainsi que la monnaie de facturation et de paiement ;
- Garanties bancaires à mettre en place ;
- Données fiscales et douanières.
- **Des éléments juridiques :**
  - Date de mise en vigueur du contrat ;
  - Conditions de transfert des risques et de propriété ainsi que les données concernant la livraison de la marchandise ;
  - Conditions juridiques liées aux garanties bancaires ;
  - Droit applicable au contrat accepte par les deux parties : il ne doit pas être contradictoire avec les dispositions prévues par les réglementations des deux pays. Il constitue le recours en cas de litige ;
  - Règlement des différends : outre la possibilité de règlement à l'amiable, une clause compromissoire (qui fait appel généralement à l'arbitrage international) ; doit être prévue obligatoirement dans le contrat ;
  - Clause de force majeure : la force majeure se définit comme étant un événement imprévisible, irrésistible et insurmontable qui exonère la partie concernée des sanctions prévues par le contrat. Toutefois cette notion qui diffère d'une législation à une autre, est souvent à l'origine de plusieurs litiges. Aussi il convient de prévoir dans le une énumération assez limitative d'événements constitutifs de la force majeure ;
  - Clause de résiliation : cette clause intervient pour régler les cas de mauvaise exécution ou de non-exécution de contrat.

Parmi les éléments que doit contenir un contrat, nous avons cité « l'incoterm à utiliser » qui sert à définir le partage des risques et des frais pour acheminer la marchandise et « la liste des documents, le moyen de transport et le mode de paiement » en vue de s'assurer de l'exécution des obligations de chaque partie. En raison de l'importance de ces notions, nous allons les traiter dans les prochaines sections.

### 2.3 L'acceptation

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

## 3 Les factures en commerce international

La facture<sup>36</sup> est considérée comme le document du prix en international,

---

<sup>36</sup>Annexe 3.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

### 3.1 La facture pro-forma

La facture pro-forma C'est un devis établi sous forme de facture anticipant la facture définitive qui sera établie avec réalisation de l'opération commerciale, la facture pro-forma contient tous les éléments de la facture commerciale, Elle détaille les produits promis et leur prix et le mode de transport... mais elle n'est pas une demande de paiement officielle.

La facture pro-forma utilisée pour déclarer la valeur des biens pour les douanes, elle peut aider à déterminer les droits et taxes, faciliter l'obtention de financements, elle peut être convertie en facture commerciale officielle après la livraison.

Les opérations du commerce extérieur sont soumises obligatoirement, à une identification, et une immatriculation au niveau d'une banque national, nommée « une domiciliation ».

### 3.2 La facture commerciale

Une facture commerciale est un document d'exportation spécifique qui aide votre colis à passer la douane. Une facture commerciale d'import/export correcte et bien remplie permet aux autorités douanières, de décider rapidement quelles taxes et droits d'importation s'appliquent à votre colis. Voilà qui évite des retards<sup>37</sup>.

### 3.3 La facture consulaire

La facture consulaire est un document établi par le vendeur. Visé par le consulat du pays de l'importateur authentifiant l'origine et la valeur des marchandises, et sa description détaillée dans la langue nationale du destinataire et suivre le tarif douanier de ce pays<sup>38</sup>.

### 3.4 Les éléments de la facture

Le contenu des factures est souvent le même, on trouve :

- **Informations sur le vendeur** : Nom, adresse, coordonnées, et numéro d'identification fiscale.
- **Informations sur l'acheteur** : Nom, adresse, et coordonnées.
- Date et numéro de la facture proforma.
- **Description des marchandises** : Il s'agit d'une description détaillée des produits, y compris la quantité, le poids, le numéro de tarif douanier (si possible), et le pays d'origine.
- **Prix** : Le prix unitaire et le prix total des marchandises, ainsi que la devise utilisée.
- **Conditions de livraison** : Ces conditions sont généralement exprimées en termes Incoterms, qui définissent les responsabilités du vendeur et de l'acheteur en matière de transport, d'assurance, et de douane.

---

<sup>37</sup><https://www.sendcloud.fr/facture-commerciale-int/> consulté le 05/06/2024 à 10 : 40.

<sup>38</sup>BERNET.R, Principe de technique bancaire, 25eme éditions DUNOD, Paris, 2008, p355.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

- **Mode de paiement** : Les détails sur la façon dont l'acheteur doit effectuer le paiement.
- **Date de livraison prévue**: La date à laquelle le vendeur prévoit de livrer les marchandises.

### 4 La domiciliation bancaire

Toute opération d'importation ou d'exportation de biens et ou services, payable par transferts de devises, doit obligatoirement faire l'objet d'une domiciliation auprès d'un intermédiaire agréé par la Banque d'Algérie, à l'exception de certaines opérations. Qui sont<sup>39</sup> :

- Les exportations d'une valeur inférieure à la contre-valeur FOB de 100.000 DA ;
- Les exportations sans paiement concernent : les échantillons, les dons, les marchandises reçues dans le cadre de la mise en jeu de la garantie ;
- Les exportations contre remboursement d'une valeur inférieure ou égale à la contre-valeur de 100.000 DA, faites par l'entremise d'Algérie Poste

#### 4.1 La domiciliation des exportations

La domiciliation bancaire<sup>40</sup> est une formalité administrative, qui consiste à identifier par immatriculation, une transaction commerciale pour son suivi au regard des dispositions prévues par la réglementation du commerce extérieur et de change<sup>41</sup>.

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

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

### Section 2 : les principaux documents pour l'export

Les documents d'exportation, exigibles pour chaque opération d'exportation, renseignent sur la description des marchandises ; les conditions de vente ; le transfert de la propriété ; la preuve d'assurance et sur les moyens de transport. Il existe quatre types de documents à l'export comme il est indiqué dans le guide de l'exportateur algérien, à savoir :

---

<sup>39</sup>Guide pratique de l'exportateur algérien, ALGEX, 2021.

<sup>40</sup>Annexe 4.

<sup>41</sup>Le guide de l'exportateur Algérien de la Banque National d'Algérie.

### 1 Documents commerciaux

Plus à la facture domiciliée qu'on a abordé dans la section précédente, il y a d'autres documents utilisés dans le commerce international

#### 1.1 Certificat d'origine (*certificate of origin*)

Le certificat d'origine est un document commercial qui peut être demandé par le client pour justifier l'origine de la marchandise et bénéficier d'avantages tarifaires par rapport aux accords commerciaux signés entre son pays d'origine et le pays de l'exportateur.

Il existe cinq (05) types de certificats d'origine<sup>42</sup> :

- **Certificat de circulation de marchandises EUR1**

Le certificat de circulation de marchandises EUR1<sup>43</sup> concerne uniquement les pays membres de l'Union Européenne et fait office de certificat d'origine.

Il a été instauré suite à la mise en œuvre de l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne entré en vigueur le 01/09/2005.

Il y a lieu de noter que seuls les services des douanes algériennes sont habilités à le viser

- **Certificat d'origine selon le Système Généralisé de Préférences -Formule A-**

Le certificat d'origine selon le Système Généralisé de Préférences -Formule A-<sup>44</sup> concerne tous les pays qui offrent des avantages tarifaires selon le système généralisé de préférences.

- **Certificat d'origine de la Zone Arabe de Libre Échange**

Le certificat d'origine de la Zone Arabe de Libre Échange<sup>45</sup> concerne tous les pays membres de la Ligue Arabe à l'exception de la République de Djibouti, la République Démocratique de la Somalie et des Iles Comores. La Mauritanie a gelé sa participation à la convention de la GZALE.

- **Certificat de circulation de marchandises dans le cadre de l'accord commercial préférentiel Algéro-tunisien**

Certificat de circulation de marchandises dans le cadre de l'accord commercial préférentiel Algéro-tunisien<sup>46</sup> concerne les marchandises échangées directement entre les deux pays et

---

<sup>42</sup>[www.caci.dz](http://www.caci.dz). Consulté le 08/06/2024 à 16 : 10.

<sup>43</sup>Annexe 5.

<sup>44</sup>Annexe 6.

<sup>45</sup>Annexe 7.

<sup>46</sup>Annexe 8.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

répondant aux règles d'origine convenues, en vertu de l'accord commercial préférentiel signé à Tunis le 04 décembre 2008 et entré en vigueur le 1er mars 2014.

- **Certificat d'origine non préférentiel délivré par la CACI**

Ce certificat sert uniquement à établir l'origine de la marchandise et ne donne pas le droit à un traitement préférentiel.

### 1.1.1 Modalités pratiques pour l'obtention du certificat d'origine

Fournir le formulaire dûment renseigné, signé et visé par l'exportateur, il est exigé une copie de la facture domiciliée à l'exportation.

Pour la première opération de visa auprès des services de la CACI il est demandé de fournir une copie du registre de commerce ainsi que l'identifiant fiscal<sup>47</sup>.

Il y a lieu de noter que les formulaires des différents certificats d'origines cités ci-dessus sont disponibles au niveau de la Librairie de commerce de la CACI et les chambres de commerce et d'industrie des wilayas.

### 1.2 Certificat de conformité (certificate of conformity)

C'est un document mis à la disposition de l'acheteur qui atteste de la conformité des marchandises aux normes et aux règlements et référentiels internationaux.

#### Délivrance de certificat de conformité pour les produits à l'exportation

Dans le cadre de l'assistance et de l'accompagnement des opérateurs économiques, le Centre Algérien de Contrôle de la Qualité et de l'Emballage (CACQE) est habilité à délivrer, des certificats de conformité aux exportateurs et ce, à leur demande.

Cette opération doit se réaliser conformément à la législation et la réglementation en vigueur et doit être mise en œuvre par des vérifications des produits en question, et le cas échéant, par des prélèvements d'échantillons pour analyses en vue d'attester la conformité selon la procédure suivante :

- Le prélèvement d'échantillon se fait par les agents habilités et doit être représentatif du lot de la marchandise à exporter ;
- Les échantillons sont analysés aux laboratoires relevant du CACQE ;
- L'établissement des certificats de conformité doit se faire conformément aux conclusions portées sur le bulletin d'analyse ;
- L'indication, le cas échéant, sur le certificat de conformité les références normatives ou réglementaires du pays de destination ou des normes internationales ayant prévalu à la délivrance desdits certificats.

---

<sup>47</sup>[www.caci.dz](http://www.caci.dz). Consulté le 08/06/2024 à 21 : 43.

### 1.3 Certificat phytosanitaire des produits végétaux (phytosanitary certificate)

Les produits végétaux<sup>48</sup> destinés à l'exportation sont soumis à un contrôle phytosanitaire obligatoire, au niveau des points de sortie aériens, terrestres et maritimes officiels du territoire national. Le contrôle phytosanitaire porte sur l'examen minutieux de la totalité de la cargaison à exporter, avec prélèvement d'échantillons à des fins d'analyse, en vue de s'assurer de la conformité de la marchandise avec les exigences phytosanitaires du pays importateur<sup>49</sup>.

Un agent de l'autorité phytosanitaire aux frontières sera chargé du contrôle phytosanitaire, inspecte la cargaison avant son expédition vers le pays importateur. Puis l'autorité phytosanitaire aux frontières territoriale délivre un certificat phytosanitaire qui va accompagner obligatoirement la marchandise destinée à l'exportation.

### 1.4 Certificat sanitaire vétérinaire (sanitaryveterinary certificate)

Les produits animaliers<sup>50</sup> et d'origine animale sont soumis obligatoire pour le passage en douane à la présentation d'un certificat sanitaire(CS). Le certificat sanitaire est un document certifiant qu'aucune maladie à déclaration obligatoire n'a été déclarée dans le pays exportateur.

Le certificat sanitaire est demandé auprès des Services Vétérinaires du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural est établi d'un commun accord avec les Services Vétérinaires officiels du pays d'origine<sup>51</sup>

L'inspection sanitaire vétérinaire au poste frontière d'entrée (importation) ou sortie (exportation), comporte le contrôle documentaire, le contrôle physique et les analyses microbiologiques.

### 1.5 Certificat de capture (*catch certificate*)

Les exportateurs algériens des produits de pêche et des produits transformés destinés exclusivement aux marchés de l'Union européenne doivent disposer d'un certificat de capture<sup>52</sup> qui doit accompagner leurs marchandises à sa livraison.

L'instauration de ce certificat vise à conforter le système de traçabilité de ces produits en matière de conditionnement, de transformation et de transport.

---

<sup>48</sup>Annexe 9.

<sup>49</sup>Guide pratique de l'exportateur algérien, ALGEX, 2021.

<sup>50</sup>Annexe 10.

<sup>51</sup>Guide pratique de l'exportateur algérien, ALGEX, 2021.

<sup>52</sup>Annexe 11.

### 2 Documents d'expédition

Les documents de transport qui accompagnent les biens exportés, sont requis pour les passages en douanes, l'assurance et les formalités bancaires. Ils sont de trois types selon le mode de transport, soit:

- Le connaissement ou Bill of Lading (B /L) ;
- La lettre de transport aérien - LTA ou Air Way Bill ;
- La lettre de voiture internationale - Convention de Marchandise par Route ;
- La liste de colisage.

#### 2.1 Le connaissement (*bill of lading*)

Le connaissement (*bill of lading*)<sup>53</sup>: « Le contrat de transport se concrétise au travers du connaissement qui est aussi, en transport maritime, un titre représentatif de la marchandise. Par ce document, le capitaine reconnaît qu'il a reçu des marchandises à bord et qu'il s'engage à les remettre en bon état au lieu de destination. Ce document est obligatoire, il constitue pour le chargeur un reçu de la marchandise. Le capitaine ou l'agent maritime remettent le connaissement en échange du reçu du bord, c'est-à-dire du bon d'embarquement. L'original reste la propriété du capitaine, des exemplaires sont données ont réceptionnés au chargeur<sup>54</sup> ».

Le connaissement contient généralement les mentions suivantes : le nom du transporteur, les ports d'embarquement et de débarquement, le nom du navire transportant la marchandise, la désignation de la marchandise déclarée par le chargeur en indiquant sa qualité et son poids...

Il peut également porter quelques mentions particulières à savoir :

- La mention : *clean* (net de réserves) : atteste le bon état des marchandises au moment de leur prise en charge.
- La mention : *on board* (à bord) : le connaissement daté et signé portant cette mention, atteste le changement effectif de la marchandise sur le navire à date de signature.
- La mention : *received for shipment* (reçu pour embarquement) : cette mention n'atteste pas l'expédition effective de la marchandise, elle n'assure que sa prise en charge par la compagnie de transport.
- La mention : *dirty* (surchargé ou clausé) : ce connaissement comporte des réserves de la compagnie sur la qualité ou l'état des marchandises chargées.
- La mention : *on Deck* (en portée) : dans ce cas, la marchandise est entreposée sur un espace non couvert du navire.
- La mention liée au transbordement (autorisé/interdit) : le connaissement peut porter une mention concernant l'autorisation ou l'interdiction du transbordement ; qui est le chargement ou le déchargement des marchandises d'un navire sur un autre au cours du transport maritime.

---

<sup>53</sup>Annexe 12.

<sup>54</sup>MARIE MADELEINE.D, transport et logistique, DUNOD, paris, 2001, p115.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

- Le connaissement de charte-partie : la charte partie est un contrat d'affrètement de tout ou partie d'un navire, conclu entre l'un des contractants et la compagnie de transport maritime afin d'acheminer une marchandise qui, en raison de nature ou de son importance, ne peut être transportée de manière la plus générale et la plus simple.

En Algérie, le connaissement doit porter la mention « *clean on board* » (marchandise embarquée net de réserves) tandis que la mention « *received for shipment* » (reçu pour embarquement) qui ne constitue pas la preuve de l'expédition, est strictement interdite.

### 2.2 La lettre de transport aérien LTA (*air Way bill*)

La Lettre de Transport Aérien LTA<sup>55</sup>, également connue sous ses initiales anglaises AWB (*Air Waybill*) est un contrat de transport aérien dont les clauses figurent au verso et qui constitue un accusé de réception des conditions dans lesquelles a été reçue la marchandise pour la transporter par avion. Elle sert également à déterminer la responsabilité de l'opération effectuée et à identifier les intervenants et les marchandises transportées. Étant donné qu'elle inclut les coûts du transport, il s'agit aussi d'un document comptable. Elle est également connue sous le nom de connaissement aérien.

La LTA est émise par l'agent de fret aérien sur formulaire de la compagnie pour les expéditions exclusives ou bien sur formulaire interne (dit « House Airways Bill » ou HAWB) pour les envois en groupage, ce qui est fréquent puis elle est signée par la compagnie aérienne (pour les expéditions exclusives), après embarquement<sup>56</sup>.

Une partie du transport couvert par la LTA peut s'effectuer par la route. Le passage par la route de l'entreprise exportatrice à l'aéroport est considéré comme transport aérien international.

Son format correspond à un modèle normalisé par la IATA (International Air Transport Association) sur lequel figurent le nom et l'adresse de l'expéditeur et du destinataire, le transporteur et son code, les aéroports de chargement et de destin, ainsi que la description de la marchandise, le nombre de colis, le poids, les tarifs, etc. Il faut indiquer si le port est payé ou non selon les instructions de l'expéditeur.

### 2.3 La lettre de voiture CMR (*truck bill of lading*)

La lettre de voiture<sup>57</sup> est un document scellant un contrat dans lequel les conditions générales des transports terrestres nationaux et internationaux sont indiquées. Grâce à elle, la responsabilité du transporteur envers les biens dont il aura la charge est clarifiée.

---

<sup>55</sup>Annexe 13.

<sup>56</sup>[www.globalnegotiator.com](http://www.globalnegotiator.com) . Consulté le 25/05/2024 à 09 : 19.

<sup>57</sup>Annexe 14.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

La CMR et la lettre de voiture sont équivalentes, et se retrouvent également sous le nom de (consignment note) en anglais. En soi, la première est davantage internationale tandis que la seconde est plutôt nationale.

La lettre de voiture CMR son rôle est très important dans la logistique pour réunit contractuellement les responsabilités et les obligations de tous les acteurs du transport de la marchandise :

- Expéditeur.
- Voiturier.
- Commissionnaire.
- Destinataire.

Le voiturier s'engage aux transports des biens tandis que l'expéditeur et/ou le destinataire garantissent son paiement.<sup>58</sup>

### 2.4 La liste de colisage (*packing list*)

La liste de colisage<sup>59</sup>, aussi connue sous le terme de "*packing list*", détaille le contenu de chaque envoi, permettant ainsi un suivi précis des marchandises expédiées pour le donneur d'ordre. Elle accompagne la marchandise tout au long de son trajet, offrant une transparence et une traçabilité indispensable.

Elle facilite les contrôles douaniers, assure une meilleure gestion des stocks, et prévient les erreurs d'expédition. Dans un environnement logistique complexe, elle agit comme un véritable outil de communication entre les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement.

Il y'a plusieurs éléments clés de la liste colisage ; Informations sur les marchandises

Inclure une description détaillée :

- Les produits.
- La quantité.
- Le code tarifaire harmonisé pour chaque article.

Cette précision est essentielle pour éviter les confusions et accélérer les processus douaniers. Il y'a aussi les détails sur l'emballage c'est une liste doit mentionner le type d'emballage utilisé (cartons, palettes, conteneurs) et, si nécessaire, les instructions spécifiques liées à la manipulation des marchandises.

---

<sup>58</sup><https://www.zervant.com/fr/blog/lettre-de-voiture-cmr-modele-lettre-de-voiture>. Consulté le 25/05/2024 à 11:08.

<sup>59</sup>Annexe 15.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

Le Poids et dimensions c'est un élément essentiel qui explique Le poids brut et les dimensions de chaque colis doivent être clairement indiquées pour faciliter la planification du transport et le calcul des coûts.

Dans certains cas, on ajoute des informations spécifiques pour les colis nécessitant des précautions particulières, comme les matières dangereuses, des informations spécifiques doivent être fournies pour assurer une manipulation et un transport sécurisés.

### 2.5 Assurance transport marchandise

C'est une assurance qui prend en charge l'ensemble des risques pouvant survenir et qui portent atteinte aux marchandises transportées tels que : disparitions, vols, avaries diverses, pertes de poids, dépréciation... etc.

Il existe deux types d'assurance pour le transport des marchandises à l'international<sup>60</sup> :

- **Assurance « FAP sauf »**: en règle générale, la garantie (Franc d'Avaries Particulières sauf celles résultant d'un événement énuméré), correspond à une assurance restreinte qui couvre généralement les dommages survenus aux marchandises lors des opérations de chargement, de déchargement ainsi que les dommages qui atteignent la cargaison et le vecteur de transport.
- **Assurance tous risques** : Plus étendue, l'assurance tous risques intègre la garantie « FAP sauf » et permet de couvrir les avaries ainsi que les pertes subies par les marchandises durant le transport (tempête, salissures, buée de cale, chute de mer, casse, vol par effraction, ...).

## 3 Documents douaniers

Le passage en douane est obligatoire pour toutes les marchandises importés ou exportés, les douaniers vont faire un contrôle de documents qu'on a déjà cité, plus à un contrôle physique des marchandises dans certains cas, ensuite l'exportateur ou le commissionnaire chargé de l'opération doit faire une déclaration en détail de la marchandise à la douane.

### 3.1 La déclaration douanière (*customs déclaration*)

La déclaration en douane<sup>61</sup> en Algérie est l'une des étapes de l'établissement de la déclaration en détail, elle représente les marchandises importées ou exportées qui doivent être déclarées en détail par leurs propriétaires ou par les personnes physiques ou morales ayant obtenues l'agrément en qualité de commissionnaires en douane.

---

<sup>60</sup>Guide pratique de l'exportateur algérien, ALGEX, 2021.

<sup>61</sup>Annexe 16.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

Le propriétaire c'est la personne morale ou physique possédant un acte authentique justifiant sa propriété légale des marchandises, tandis que Le commissionnaire en douane est toute personne physique ou morale agréée pour accomplir pour autrui les formalités de douane concernant la déclaration en détail des marchandises, Son intervention intéresse toutes les marchandises destinées à être placées sous un régime douanier économique suspensif de tous droits et taxes.

Il est important de souligner que le transporteur intervient lorsque aucun commissionnaire en douane n'est représenté auprès d'un bureau de douane frontalier, le transporteur peut, à défaut du propriétaire, accomplir les formalités de dédouanement pour les marchandises qu'il transporte.

En effet La déclaration en douane doit s'accompagner obligatoirement des documents suivants :

- Facture domiciliée auprès d'une banque agréée en Algérie.
- Copie du registre de commerce de droit algérien
- Copie de la carte fiscale délivrée par les services fiscaux territorialement compétents.
- Tout autre document exigible comme formalité administrative particulière, ou pour, le bénéfice d'un avantage fiscal lié à un régime préférentiel.<sup>62</sup>

### 3.2 Le carnet ATA (admission temporaire/ *temporary admission*)

Le carnet ATA<sup>63</sup> est un document de passage en douanes en suspension des droits et taxes, permettant l'exportation temporaire dans 80 pays de certains types de marchandises et équipements destinés à divers usages, notamment : échantillons commerciaux, exposition dans des foires et salons, manifestations culturelles et sportives et matériel professionnel, conformément à la Convention de Bruxelles de 1961 et la Convention d'Istanbul de 1990. Le carnet remplace les obligations déclaratives lors du franchissement de chaque frontière et dispense de fournir aux douanes une garantie (caution ou consignation) exigible par les douanes pour toute exportation ou importation temporaire<sup>64</sup>.

Le carnet ATA est valide pour une période de 12 mois mais l'administration douanière peut lui limiter cette validité en fonction de l'utilisation prévue de la marchandise. Au terme de cette validité, l'utilisateur devra restituer le carnet à l'association émettrice, en l'occurrence la CACI.

---

<sup>62</sup>[www.douane.gov.dz](http://www.douane.gov.dz). Consulté le 20/05/2024 à 14 :19.

<sup>63</sup>Annexe 17.

<sup>64</sup>[www.caci.dz](http://www.caci.dz). Consulté le 20/05/2024 à 16 :58.

## **Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation**

Le régime douanier qui permet de recevoir dans un territoire douanier en suspension des droits et taxes à l'importation et sans application des prohibitions ou restrictions à importation de caractère économique, certaines marchandises (y compris les moyens de transport), importées dans un but défini et destinées & être réexportées, dans un délai déterminé, sans avoir subi de modification, exception faite de leur dépréciations normale par suite de l'usage qui en est fait.<sup>65</sup>

Pour l'obtenir, les demandes doivent être adressées à la Direction des Relations Internationales, Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI). Il est également disponible à la librairie du Commerce de la CACI. Pour sa validation, le carnet doit être dûment renseigné par l'utilisateur et accompagné d'un engagement signé ainsi que d'une liste des marchandises concernées.

Le requérant doit également déposer une caution d'une valeur de 30% de la valeur de la marchandise. Cette caution est restituée une fois le carnet retourné et sous réserve d'une utilisation sans anomalies du carnet. Le dépôt de la caution se fait par chèque certifié par la banque du titulaire du carnet ATA.

Aux frontières, les marchandises doivent être présentées à chaque bureau de douanes et le carnet doit être visé par les douaniers.

En cas de litige, la CACI peut intervenir pour régulariser la situation avec les douanes concernées. Il est à noter que certaines marchandises, comme celles périssables ou de consommation, ne peuvent être couvertes par un carnet ATA.

### **4 Documents bancaires**

Selon l'Article 28 du Règlement de la Banque d'Algérie N°07-01 du 03 Février 2007, relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises, les différents modes de paiement qui sont acceptés en Algérie, sont ceux universellement admis<sup>66</sup> :

- Le virement SWIFT
- La remise documentaire
- Le crédit documentaire
- Paiement à l'avance

### **Section 3 : la logistique internationale et les modes de paiement**

Le commerce international et la logistique internationale constitue un enjeu majeur pour les économies, une bonne maîtrise de la logistique internationale et les modes de paiement

---

<sup>65</sup>Journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire conventions et accords internationaux - lois et décrets arrêtés, décisions, avis, communications et annonces.

<sup>66</sup>Guide pratique de l'exportateur algérien, ALGEX, 2021.

## **Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation**

permet aux entreprises de bien planifier les opérations d'exportation en termes de prix, des couts et de distribution.

Dans la présentation des éléments de contrat de vente, on a cité 'le mode de transport, l'incoterm et le mode de paiement' vu l'importance de ces éléments, nous allons les expliqués dans la présente section.

### **1 Le transport international des marchandises**

Le secteur du transport des marchandises est capital dans le développement économique et social. Il comprend tout mouvement de marchandises à bord d'un mode de transport, quel qu'il soit : ferroviaire, routier, fluvial, maritime, aérien, etc.

Le transport international est un secteur d'activité qui implique une séquence complexe d'actions et de nombreux intervenants, notamment pour le transport maritime.

Des coutumes ont donné des réglementations et des normes qui se sont établies. Transport international de marchandises lie un point de départ et un point d'arrivée qui sont situés dans des États différents.

#### **1.1 Les modes de transport**

Le mode de transport utilisé par l'entreprise est choisi en fonction de nombreux critères, celle-ci doit faire un choix pour une solution transport optimale.

Les principaux modes de transport sont le transport maritime, le transport routier, le transport ferroviaire et le transport aérien. Le transport intermodal, quant à lui, combine deux ou plusieurs de ces moyens de transport. Par exemple, le transport de conteneurs maritimes par camion ou par train.

##### **1.1.1 Transport maritime**

Le transport maritime est le moyen le plus fréquemment utilisé pour les exportations, car c'est un transport économique permettant de transporter à la fois des larges volumes et aussi il permet les expéditions vers les pays très éloigner.

##### **1.1.2 Transport routier**

Le transport routier est incontournable dans le transport de marchandise, se font par la route, le camion est sans conteste le moyen privilège de transport de marchandises à l'intérieur du continent.

##### **1.1.3 Transport ferroviaire**

C'est un mode de transport qui est utilisé dans plusieurs régions du monde. Le transport ferroviaire utilisé généralement les expéditions par wagons isolés ou par train entier

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

pour des tonnages supérieurs. Il est indiqué aussi lorsqu'il s'agit de la possibilité d'effectuer des livraisons sur de longues distances.

### 1.1.4 Transport aérien

C'est le mode de transport de marchandises le plus rapide pour de longues distances. Il est surtout adapté au transport de produits rapidement périssables, comme les denrées alimentaires, qui risquent de ne pas survivre à un long voyage, ou les marchandises fragiles, à l'image des produits pharmaceutiques sensibles aux intempéries. Du fait de sa rapidité, ce mode de transport permet, en effet, de réduire le transit-time des marchandises, ce qui a aussi pour avantage d'éviter les ruptures de chaînes logistiques.<sup>67</sup>

## 2 Les Incoterms: Définitions et Rôles

Les Incoterms, ou "Termes commerciaux internationaux", sont une série de règles préétablies relatives aux conditions de vente internationale définies par la Chambre de Commerce Internationale (CCI). Leur rôle est de préciser les obligations respectives des parties prenantes, notamment en termes de transfert des coûts et des risques liés au transport des marchandises, en fonction d'un lieu géographique déterminé tel qu'un port ou un aéroport<sup>68</sup>.

Bien que n'étant pas juridiquement contraignants, leur utilisation est vivement recommandée dans les transactions commerciales internationales afin de clarifier les responsabilités de chacun.

### 2.1 Incoterms multimodaux

Les sept Incoterms dits "multimodaux" peuvent être utilisés quelle que soit la combinaison de modes de transport impliquée. Ils se déclinent comme suit:

- **EXW (*Ex Works*):** La seule obligation du vendeur est de mettre la marchandise à disposition de l'acheteur dans ses propres locaux, emballée et prête pour l'exportation. L'intégralité des frais et risques est alors transférée à l'acheteur.
- **FCA (*Free Carrier*):** Le vendeur livre la marchandise à un transporteur désigné par l'acheteur après avoir effectué les formalités d'exportation. C'est à ce stade que les risques sont transférés.
- **CPT (*Carriage Paid To*):** Les frais de transport principal sont à la charge du vendeur jusqu'au lieu de destination convenu. Cependant, les risques sont transférés à l'acheteur dès la remise au premier transporteur.

---

<sup>67</sup>[www.supplychaininfo.eu](http://www.supplychaininfo.eu). Consulté le 25/04/2024 à 19 : 50.

<sup>68</sup>LE PETIT EXPORT, LEGRAND.G, MARTINI.H, logistique contrats risques financements, édition DUNOD, paris2008, P6.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

- **CIP (*Carriage and Insurance Paid to*):** Équivalent au CPT, mais le vendeur doit en outre souscrire une assurance minimale contre les risques liés au transport principal.
- **DAP (*Delivered At Place*):** Le vendeur supporte les frais et risques liés au transport et à l'importation jusqu'au lieu de destination, mais l'acheteur prend en charge les frais de déchargement sauf conditions contraires.
- **DPU (*Delivered at Place Unloaded*):** Comme le DAP, mais le vendeur effectue également le déchargement à destination à ses propres frais.
- **DDP (*Delivered Duty Paid*):** Niveau d'engagement maximum pour le vendeur qui assume tous les frais jusqu'à la livraison finale au lieu de destination, y compris les droits et taxes à l'importation.

### 2.2 Incoterms Maritimes

Les quatre Incoterms dits "maritimes" sont spécifiquement dédiés au transport par voie maritime:

- **FAS (*Free Alongside Ship*):** Le vendeur livre la marchandise le long du navire dans le port d'expédition convenu. L'acheteur prend en charge les opérations de chargement, transport et déchargement.
- **FOB (*Free On Board*):** Le vendeur est responsable du chargement de la marchandise à bord du navire désigné par l'acheteur, au port d'embarquement convenu. Les risques et frais sont alors transférés.
- **CFR (*Cost and Freight*):** Le vendeur paye le fret maritime jusqu'au port de destination convenu, mais les risques sont transférés à l'acheteur au chargement dans le port d'expédition.
- **CIF (*Cost, Insurance and Freight*):** Équivalent au CFR, mais le vendeur doit en outre souscrire une assurance maritime minimale couvrant les risques jusqu'à destination.

En définissant clairement les obligations de chacune des parties à des étapes clés, les Incoterms permettent de réduire les risques d'ambiguïté et de litige dans les contrats commerciaux internationaux.

## 3 Modes et instruments du paiement

Les modes de paiement et les instruments de paiement sont deux concepts clés dans le contexte des transactions internationales, le mode de paiement est le processus par lequel s'effectuera le paiement alors que l'instrument de paiement est le moyen utilisé pour effectuer le paiement.

### 3.1 Les modes de paiement

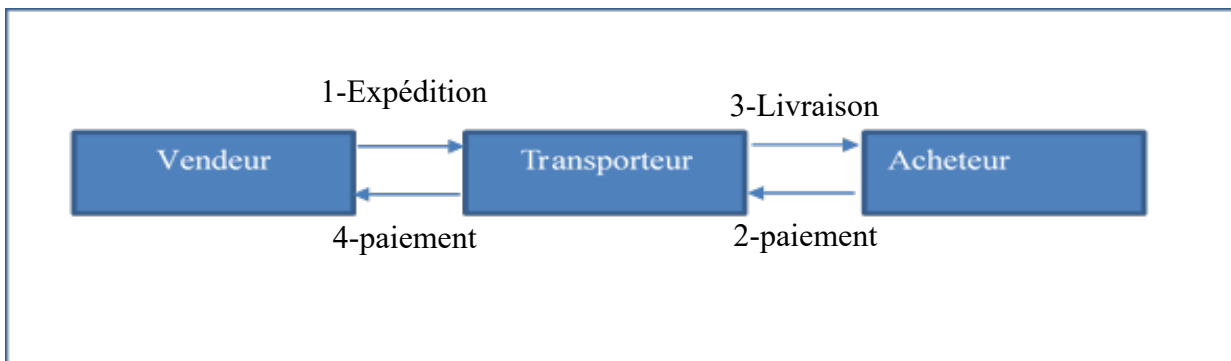
Dans les opérations internationales, l'importateur et l'exportateur ont besoin d'une garantie. Le premier a besoin d'être rassuré sur la réalité de l'expédition des marchandises, tandis que le second a besoin d'être rassuré quant à l'encaissement de sa créance.

Les instruments de paiement traditionnels n'offrant pas toutes les garanties nécessaires pour sécuriser l'acheteur et le vendeur, les opérateurs financiers ont mis au point des techniques élaborées fondées sur la présentation de documents. C'est ce que l'on appelle techniques d'encaissement documentaires.

#### 3.1.1 Le paiement contre remboursement (*cash on delivery*)

La technique du paiement contre remboursement n'est pas tout à fait assimilée à une technique documentaire. Cependant, on peut la citer ici puisqu'elle nécessite le recours à un « intermédiaire financier » particulier qui est le transporteur. Ce dernier présente au moment de la livraison au client, des documents pour encaissement. Le *cash on delivery* consiste à confier au transporteur final de la marchandise l'encaissement de la facture. En effet, il a pour instruction de ne livrer la marchandise que contre paiement. Le transporteur a donc la responsabilité d'assurer l'encaissement de la facture pour le compte de son client, auprès de qui il doit rapatrier les fonds moyennant une rémunération.<sup>69</sup>

Figure 3: le paiement contre remboursement.



Source : réalisé par nous-mêmes d'après ESCOLANO (J), FILALI (J), TIRVERT (V).

#### 3.1.2 La remise documentaire

La remise documentaire est une procédure de recouvrement dans laquelle une banque a reçu mandat d'un exportateur d'encaisser une somme due par un acheteur contre remise des documents.

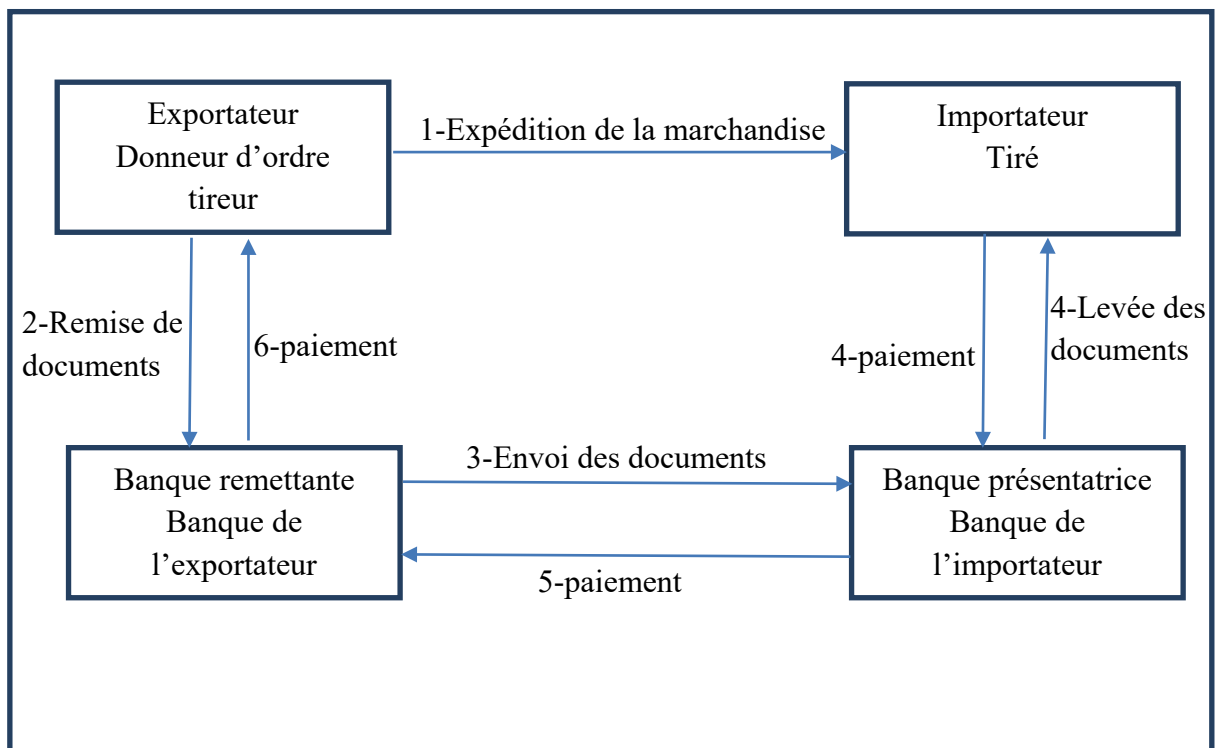
<sup>69</sup>ESCOLANO.J, FILALI.J, TIRVERT.V, Gestion des opérations d'import-export, édition Foucher, 3e édition, Paris, 2016, P180.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

Le vendeur fait établir les documents de transport à l'ordre d'une banque. Cette banque doit remettre les documents commerciaux et de transport à l'acheteur, contre paiement ou acceptation d'effets de commerce. La remise documentaire est soumise à des règles uniformes.<sup>70</sup>

Le schéma suivant nous permet de mieux comprendre le fonctionnement de la remise documentaire, et de savoir les étapes de déroulement de ce dernier.

Figure 4: la remise documentaire.



Source : réaliser par nous-mêmes d'après LEGRAND (G), MARTINI (H).

### 3.1.3 Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est « une promesse donnée par le banquier de l'importateur à un exportateur étranger, selon laquelle le montant de sa créance lui sera réglé, pourvu qu'il apporte, à l'aide des documents énumérés, la preuve de l'expédition des marchandises à destination des pays importateurs, ou la preuve que les prestations ou services ont été accomplis »<sup>71</sup>

Il s'agit donc d'un engagement écrit conditionnel de paiement donné par une banque (la banque émettrice), en faveur du vendeur (le bénéficiaire), et délivré à ce dernier à la demande et conformément aux instructions de l'acheteur (le donneur d'ordre). L'engagement

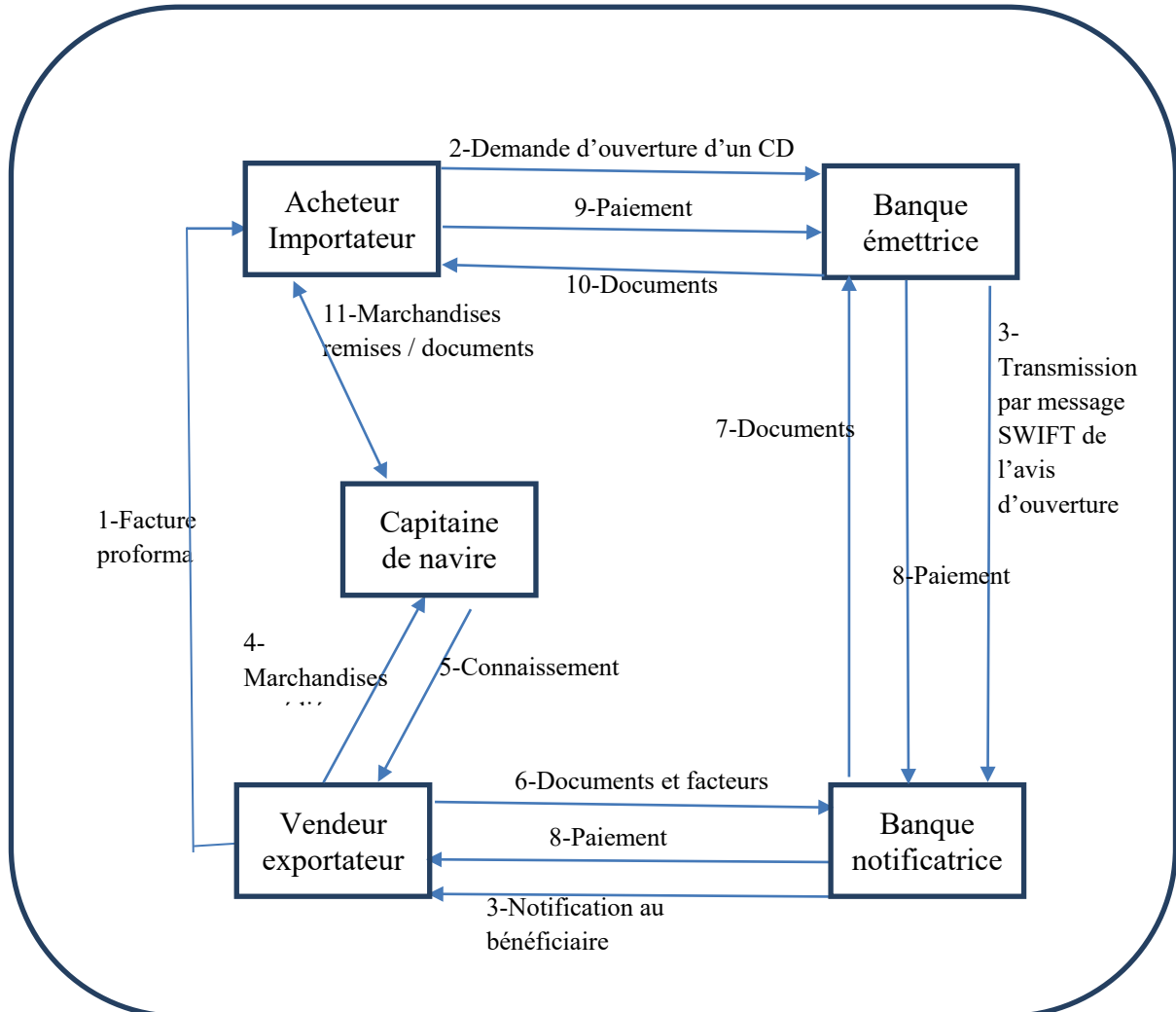
<sup>70</sup>ESCOLANO.J, FILALI.J, TIRVERT.V, Op.cit, P181.

<sup>71</sup>ESCOLANO.J, FILALI.J, TIRVERT.V, Op.cit. P183.

## Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation

est limité dans le temps et il est conditionné à la présentation par le vendeur d'un ensemble précis de documents conformes aux instructions de l'acheteur et ceci dans un délai déterminé.

Figure 5: le fonctionnement de crédit documentaire.



Source : réalisé par nous-mêmes (J), d'après MIHAELA STANESCU. D et INARD PATRUREL.S, « commerce international », Groupe Studyrma, paris, 2013, p272.

### 3.1.4 Paiement à l'avance (advance payment)

Si vous n'êtes pas sûr de votre acheteur, ou si certaines circonstances vous font douter de la possibilité d'être payé, il est recommandé de demander un paiement comptant à l'avance.

Cela peut passer avec un client qui traite avec vous pour la première fois, mais ce n'est pas compétitif à long terme et votre acheteur ne voudra pas continuer à importer vos produits s'il peut s'adresser à d'autres fournisseurs plus compréhensifs.

## **Chapitre 2 : Les principaux documents pour l'exportation**

D'un autre côté, votre client peut être une source de crédit s'il comprend que votre manque de fonds vous empêche de lui fournir les produits dont il a besoin. Cela exige bien sûr une grande confiance mutuelle.

### **Conclusion**

Ce chapitre nous a permis d'explorer les détails des différents documents indispensables pour bien mener une opération d'exportation, nous avons vu que le processus débute par l'établissement d'un contrat de vente international, qui définit les obligations et les droits des deux parties, nous avons vu aussi que le contrat de vente international n'est pas un modèle uniforme mais peut être modifié ou rédigé selon les besoins des contractants et les lois applicables dans leurs pays.

La rédaction du contrat se fait soigneusement afin d'éviter toutes sortes de litiges et d'assurer les intérêts des deux parties, l'utilisation des incoterms permet de clarifier la répartition des frais et des risques liés au transport selon le mode choisi.

Nous avons ensuite vu les principaux documents utilisés dans les opérations d'exportations, des documents commerciaux (facture, certificats ...), documents d'expédition (connaissement, lettres de transports ...), documents douaniers (déclaration en douane, carnet ATA...) ...etc. Le suivi et le respect des procédures documentaires est important pour la réussite de l'opération d'exportation.

Enfin, on a vu des notions de bases sur la logistique internationale, comme les différents modes de transport, les modalités et les instruments de paiement et les incoterms, une compréhension approfondie de ces aspects permet à l'exportateur de mieux gérer les enjeux et contraintes techniques et financières liées au commerce international.

La maîtrise de l'ensemble de ces documents et procédures est la clé pour toute entreprise souhaitant se lancer dans l'exportation en toute sécurité juridique et opérationnelle.

# Chapitre 3

---

**La présentation du projet**

### Introduction

L'activité de l'exportation est en forte croissance ces dernières années, beaucoup d'entreprises récemment lancées ou des anciennes dans leur domaine ont eu une extension à l'international, l'aide de l'état avec ses institutions d'appui pour l'exportation a fortement encouragé les 832 entreprises qui ont concrétisé des opérations d'exportation depuis 2021.

Le vrai défi pour les entreprises Algérienne est de rester compétitifs sur les marchés étrangers, un manque d'expérience ou une mauvaise préparation et gestion peut engendrer des pertes pour l'entreprise, pour cela ces entreprises ont besoin d'un personnel compétent et d'une bonne gestion pour réussir à l'international.

### Premier axe : Présentation du projet

L'intitulé de notre projet est : « créer une application pour la gestion des contrats de vente à l'international », Les problèmes liés aux exportations que nous avons constatés sont :

- Les charges administratives
- Une connaissance insuffisante des exportateurs en matière juridique
- L'absence d'un personnel compétent
- Manque d'information sur les marchés étrangers
- La non-maîtrise des procédures d'exportation
- Des difficultés de communication avec les clients

On a proposé cette solution qui est de créer une application pour gérer les contrats de vente et accompagner les exportateurs.

### 1 L'idée de projet (la solution proposée)

L'idée de projet a commencé à partir des études faites auparavant sur les contraintes liées aux exportations en Algérie, vu la croissance économique connue dans le pays ces dernières années, on a voulu créer une application pour gérer et faciliter la rédaction des contrats de vente à l'international, puis l'idée s'est étendue vers d'autres services toujours dans le domaine commercial, comme la réalisation de l'étude de marché et le diagnostic export vu que ce sont les deux étapes importantes avant de conclure un contrat de vente international.

Pour cela nous allons procéder à la création d'une plateforme numérique où les exportateurs et entreprises désireuses d'exporter leurs produits et services, ainsi que tous les

## **Chapitre 3 : le guide du projet**

intervenant dans une opération d'exportation, peuvent s'adresser pour accomplir certaines tâches ou pour un suivi et accompagnement durant le processus d'exportation.

L'application sera mise en ligne et sert de lieu de rencontre entre nos clients et notre équipe, qui va inclure des conseillers et experts en exportation, qui vont l'accompagner depuis les tout premiers préparatifs jusqu'à la conclusion du contrat et la réalisation de l'opération d'exportation, qui consiste à l'étude de marché, le diagnostic export, le choix de la stratégie commerciale ...etc. ainsi que nos experts juridiques vont suivre le client sur ce qui concerne la rédaction du contrat, le traitement de litiges et les informer sur toutes les modifications sur les lois et les réglementations liées à ce domaine.

### **2 Les Valeurs suggérée**

Notre projet propose plusieurs valeurs qui sont :

### **3 L'équipe**

Notre équipe est composée des membres suivants :

Étudiant 01 : Madour Omar, étudiant de la faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion (FSECSG)UMMTO, département des sciences commerciales, master2 dans la spécialité de finance et commerce international, titulaire d'une licence en commerce international et logistique sur le thème « Les procédures de dédouanement des marchandises à l'importation »

Encadré par :

Mr SEDIKI Abderrahmane, expert économiste et professeur à la faculté FSECSG dans le domaine de marketing.

Mme HAMLIL Nouara, professeure de droit et experte juridique.

Le rôle de l'étudiant 01 est de diriger le projet, faire le prototype, rassembler les informations théoriques nécessaires pour le projet, recherche de partenaires, rassembler une équipe d'expert.

### **4 Les objectifs du projet**

A la réalisation de ce projet nous espérons de devenir le premier partenaire des exportateurs en Algérie, notre objectif principal est de rassembler une équipe de travail qui s'étend sur tout le territoire national pour être près de tout nos clients pour ce qui concerne le consulting et l'accompagnement personnalisé,

Vu la croissance économique importante du pays ces dernières années, plus de 1,3 millions des PME en 2023, et selon les statistiques de commerce extérieur publier par le ministère du commerce, un total de 832 entreprises ont déjà concrétisé des opérations d'exportation depuis 2021, vu le manque d'expérience dans ce domaine, on vise à proposer

## **Chapitre 3 : le guide du projet**

nos services à ces entreprises qui seront probablement besoin d'un appui et d'un accompagnement pour garantir leurs réussites sur les marchés étranger.

Nous espérons d'étendre notre projet au futur en faisant des partenariats avec d'autre acteurs de commerce international comme les sociétés de transport et d'assurances pour couvrir la totalité du processus opérationnel d'exportation sur les aspects commercial, juridique et logistique des opérations d'exportation.

### **5 Le planning de réalisation du projet**

On à commencer à travailler sur le projet depuis le mois d'avril, après la présentation de notre projet aux membres de l'incubateur, et après l'avoir était approuver par l'incubateur UMMTO et notre faculté, on a entamer nos recherches pour acquérir les informations nécessaire pour la réalisation du mémoire de fin d'étude, et qui vont être aussi les informations de base de notre projets, cette étape qui nous a pris plus de deux mois de temps dans lesquels on organise des rencontres réguliers pour travailler en groupe, environ deux à trois fois par semaine toute en suivant les formations de l'incubateur, et on organise également des rencontres avec nos encadrant tous les 15 jours pour discuter de l'état d'avancement de nos recherches et du travail en général.

Au début de mois de juin on a commencé à travailler sur l'interface de l'application pour faciliter son développement et arriver au résultat final à la fin du mois de juin.

### **Deuxième axe : Aspects innovants**

La nouveauté de notre application par rapport aux institutions d'appui et de soutien à l'exportation existant déjà est de réunir tous les éléments et informations que le client a besoin durant l'opération d'exportation dans un seul endroit

#### **1 La nature des innovations**

La numérisation du processus d'exportation : la simplification et la digitalisation du processus d'exportation permet d'éviter les lourdeurs et les charges administratives et gagner un temps important.

#### **2 Les domaines d'innovation**

Notre projet est le premier en Algérie qui regroupe tous les éléments liés aux exportations, et mix entre plusieurs domaines d'innovation :

### **Troisième axe : Analyse stratégique du marché**

Sur le plan marketing on a ciblé nos clients et on a tracés un plan de distribution.

### 1 Le segment du marché

Marché potentiel : le domaine d'exportation comporte plusieurs acteurs qui peuvent tous avoir besoin de nos services et notre application pour gérer et organiser leur travail, tels que :

- Les chambres de commerce et d'industrie
- Les écoles de formations professionnelles assurent des formations de commerce international
- Les transitaires et les déclarants en douane
- Les courtiers de commerce international

Marché cible : notre marché principal est basé sur les acteurs directement dans les opérations d'exportation et qui ont besoins de la totalité de nos services, tels que :

- Les exportateurs
- Entreprises désireuses d'exporter leurs produits/services
- Les bureaux d'étude et de consulting à l'exportation
- Les auto-entrepreneurs spécialisés dans l'accompagnement entrepreneuriale à l'international

### 2 La mesure de l'intensité de la concurrence

Notre projet est le premier de son genre en Algérie, l'activité d'exportation hors hydrocarbure n'était pas fortement développée auparavant, certes on a des concurrents indirects qui sont généralement des institutions gouvernementales qui peuvent fournir des services similaires à certains de nos services comme ALGEX, ANEXAL (l'association nationale des conseillers à l'exportation), l'association nationale « Algérie conseil export ».

Notre projet se distingue de ces concurrents par plusieurs options, nous offrent aux clients l'accompagnement complet sur la démarche de l'exportation plus à des outils technologiques qui permet aux utilisateurs de mieux gérer les contrats de vente et également les opérations d'exportation.

### 3 La stratégie marketing

En premier lieu on va préparer toutes les ressources qu'on aura besoin, humains, matériels, informatique et technologique, en :

- Développent une plateforme intuitive et ergonomique, avec des fonctionnalités avancées de gestion des contrats internationaux
- Permettre une personnalisation de l'outil selon les besoins de chaque client
- Offrir un service d'accompagnement et de conseil pour faciliter l'adoption de la solution
- Rassembler une équipe d'experts

Ensuite on entame la promotion de notre projet par :

- Cibler nos clients via des campagnes digitales sur les réseaux sociaux professionnels et les moteurs de recherche

## Chapitre 3 : le guide du projet

- Nouer des partenariats avec des associations professionnelles et des organismes de soutien à l'export
- Participer à des salons et événements dédiés au commerce international

La distribution est basée sur une version en ligne pour une mise en œuvre rapide et une accessibilité depuis n'importe où.

### Quatrième axe : Plan de production et organisation

Comme on propose un service, notre travail est organisé comme suit :

#### 1 Le processus de production

- Définir l'exportateur qui répond aux attentes du marché cible
- Mettre en place un processus de développement pour l'application afin de s'adapter à l'évolution du marché internationale
- Établir des procédures d'évaluation et de contrôle
- Optimiser les délais en ce qui concerne la durée des services rendus aux exportateurs
- Avoir un système de planification et de gestion qui garantit la qualité de service
- Identifier et sélectionner des exportateurs fiables et compétitifs à l'international
- Mettre en place des accords-cadres avec les exportateurs clés pour sécuriser les approvisionnements

#### 2 La main d'œuvre

- Constituer une équipe de projet dédiée à l'export, formée et motivée
- Impliquer fortement la direction dans le projet d'exportation
- Définir les rôles et responsabilités entre les activités d'exportation et nationales
- Évaluer les compétences de l'entreprise en matière d'exportation et former le personnel si nécessaire
- Recruter du personnel local ou expatrié pour gérer les opérations à l'étranger

#### 3 Les principaux partenaires

- Experts en commerce international
- Experts juridiques
- Les commissionnaires en douane
- Les sociétés du transport
- Les sociétés d'assurances
- Les banques commerciales
- Ministère du Commerce et organismes gouvernementaux
- Chambres de commerce
- ALGEX
- CAGEX
- FSPE

- CACI
- Association nationale des conseillers à l'exportation

Notre application de "Gestion d'un contrat de vente à l'international" nécessite une organisation solide autour du service que nous allons fournir, de l'approvisionnement, des ressources humaines et des partenariats stratégiques pour répondre aux exigences du marché cible et assurer le succès des opérations à l'export

### Cinquième axe : Plan financier

#### 1 Les coûts et les charges

- Salaires des conseillers et experts
- Frais de développement de la plateforme et des outils en ligne
- Coûts de marketing et de promotion
- Frais de participation à des événements professionnels
- Les fournitures bureautiques et informatiques
- Frais des déplacements et visites sur le terrain
- Location d'espace de travail dans un coworking

Article	Montant
Développement du prototype de l'application	250 000,00 DZD
Développement de l'application finale et sa mise sur une plateforme téléchargeable	800 000,00 DZD
Le matériel bureautique	400 000,00 DZD
Le matériel informatique, logiciel et site web	550 000,00 DZD
L'enseigne et autres support publicitaires	350 000,00 DZD
La masse salariale 115 000 DZ/ mois	180 000,00 DZD
Le loyer de la structure 35 000.00/mois	420 000,00 DZD
Charges externes : Eau, gaz, électricité, téléphone, carburant, assurance et entretien matériel et communication ...	450 000,00 DZD
TOTAL	3 400 000,00 DZD

#### 2 Le chiffre d'affaires

Les principales sources de revenus pour notre projet seraient :

- Les frais de l'étude de marché et le diagnostic export
- Les revenus générés de l'application et le site web
- Frais de consultations et d'accompagnement
- Abonnements pour un suivi régulier
- Commissions sur les ventes réalisées grâce à l'application
- Formations payantes
- Les publicités

Tableau 2 : une estimation de chiffre d'affaire.

Services destinés aux clients	Chiffre d'affaire Prévisionnel N	Chiffre d'affaire Prévisionnel N+1	Chiffre d'affaire Prévisionnel N+2
Abonnement via l'application mobile	1 000 000,00 DZD	2 000 000,00 DZD	3 500 000,00 DZD
Consultations et conseils personnalisés	500 000,00 DZD	1 000 000,00 DZD	1 750 000,00 DZD
Formation de personnel	600 000,00 DZD	1 200 000,00 DZD	2 100 000,00 DZD
Le chiffre d'affaire global	2 100 000,00 DZD	4 200 000,00 DZD	7 350 000,00 DZD

### 3 Les comptes de résultats escomptés

Avec une bonne stratégie marketing et commerciale, on peut s'attendre à :

- Un chiffre d'affaires en croissance année après année
- Des marges bénéficiaires intéressantes, autour de 20-30%
- Un résultat net positif dès la deuxième année d'exploitation

Le plan financier chiffré sera joint à ce document sous format « Excel »

### 4 Le plan de trésorerie

Les principaux éléments du plan de trésorerie seraient :

- Investissements initiaux pour le développement de l'application
- Encaissements réguliers des abonnements et commissions
- Décaissements pour les coûts de fonctionnement
- Besoin en fonds de roulement pour financer les opérations
- Éventuels emprunts bancaires pour financer la croissance.

### Sixième axe : Prototype expérimental

La version finale de notre application n'est pas encore prête, mais on a fait une version de l'interface de l'application sur le site Figma qui est un site pour réaliser des prototypes avec des interactions équivalentes à une application réelle. Nous avons fait une version qui expose le contenu de notre application et son fonctionnement.

On a donné à l'application le nom de « Export Wise » qui signifie une exportation sage ou bien une exportation intelligente, cela reflète les objectifs de notre projet qui est pour une exportation bien étudiée et bien préparée, et d'être prudent sur les éventuels risques et obstacles qu'on peut rencontrer sur les marchés étrangers.

Le logo de l'application se compose de deux mains qui se sont serrées qui signifie l'accord ou la conclusion d'un contrat, ces deux mains forment en même temps la lettre 'C' qui est le C de Contrat, de Croissance et de Conseils également, avec une flèche montante qui signifie la croissance et les ventes et exportations qui monte vers le globe qui est en arrière-plan.



A l'ouverture de l'application l'utilisateur va remplir la fiche de connexion (email et mot de passe) s'il a un compte ou il va créer un nouveau compte en appuyant sur « Inscription »

En appuyant sur connexion l'utilisateur va se diriger vers la page d'accueil où plusieurs options vont afficher :



## Chapitre 3 : le guide du projet

Sur la page d'accueil, on trouve en haut un bouton pour déconnecter et un autre pour aller à « A propos », dans l'angle « A propos » on trouve les informations sur l'application et notre équipe, nos services et nos contacts.

Plus à quatre autres grands boutons qui exécutent d'autres pages.



Sur « A propos » on trouve les informations suivantes, qui sont la présentation de l'application, des services proposés par notre équipe et nos contacts avec un angle pour un envoyer un message directement à notre équipe depuis l'application.

**Contacts**

Tel :  
Email :  
Adresse  
Bureau

Vous pouvez nous contacter directement en remplissant ce formulaire :

Nom


Prénom

Adresse email

Votre message

**Envoyer**

**A propos** **Nos services** **Contacts** **X**



**A propos**

ExportWise est une plateforme qui réunit des experts et des conseillers en exportations en Algérie.

Notre équipe s'engage à aider et accompagner les entreprises algériennes dans leur démarche pour se lancer dans l'activité de l'exportation et décrocher des nouveaux contrats de vente à l'international, notre plateforme est disposée des conseils et des étapes à suivre pour définir la stratégie commerciale, marketing, production, financier et ressources humaines, qui convient votre entreprise pour arriver en fin à choisir le marché le plus rentable et commencer la démarche d'exportation. Exportwise est votre partenaire durant le processus de l'internationalisation et les préparatifs stratégique pour réussir sur les marchés étrangers.

**Nos services**

Exportwise vous accompagne durant la préparation de vos contrats et vous offre les services suivants :

- Accompagnement et Conseils sur :
  - Ø Le diagnostic export
  - Ø L'étude de marché à l'international
  - Ø Le choix du mode de transport
  - Ø Le choix du mode de paiement
  - Ø Le choix de l'incoterm
  - Ø Les documents de l'exportation
- Formations du personnel

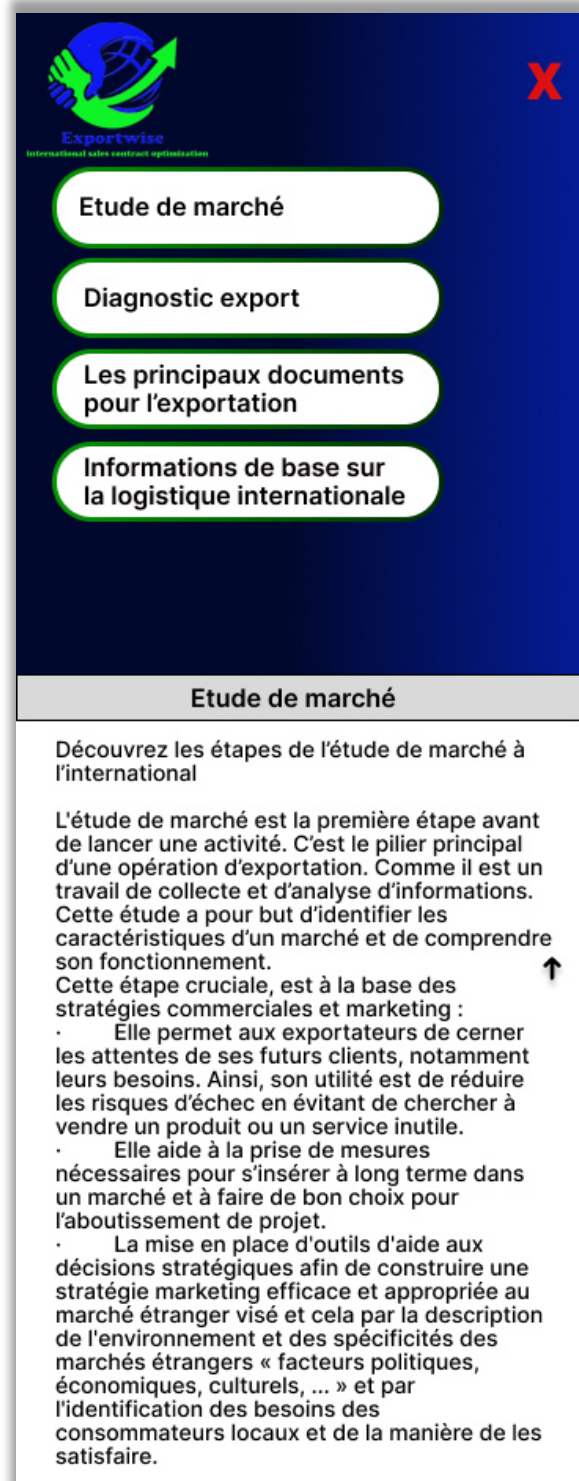
Nous organisons des formations et des rencontres avec des experts dans le domaine pour former un effectif compétent pour mieux gérer les opérations d'exportation.

- Espace dédié aux documents de l'exportation

Le compte ExportWise vous offre un espace où vous pouvez enregistrer et organiser les informations collectées pour l'étude de marché et le diagnostic export.

Plus à un espace des documents qui va vous fournir des exemplaires des documents nécessaires pour l'exportation avec des formulaires des contrats prêts à remplir directement sur la plateforme.

Le bouton « processus d'exportation » nous mène vers cette page qui contient des informations sur l'étude de marché, le diagnostic export, les documents d'exportation et les informations de base sur la logistique internationale.



The screenshot shows a dark blue interface for 'Exportwise International sales contract optimization'. At the top left is a logo with a globe and a green arrow, and at the top right is a red 'X' icon. Below the logo is a navigation menu with four white buttons: 'Etude de marché', 'Diagnostic export', 'Les principaux documents pour l'exportation', and 'Informations de base sur la logistique internationale'. The 'Etude de marché' button is selected, leading to a page with a grey header 'Etude de marché'. The main content area contains the following text:

Découvrez les étapes de l'étude de marché à l'international

L'étude de marché est la première étape avant de lancer une activité. C'est le pilier principal d'une opération d'exportation. Comme il est un travail de collecte et d'analyse d'informations. Cette étude a pour but d'identifier les caractéristiques d'un marché et de comprendre son fonctionnement.

Cette étape cruciale, est à la base des stratégies commerciales et marketing :

- Elle permet aux exportateurs de cerner les attentes de ses futurs clients, notamment leurs besoins. Ainsi, son utilité est de réduire les risques d'échec en évitant de chercher à vendre un produit ou un service inutile.
- Elle aide à la prise de mesures nécessaires pour s'insérer à long terme dans un marché et à faire de bon choix pour l'aboutissement de projet.
- La mise en place d'outils d'aide aux décisions stratégiques afin de construire une stratégie marketing efficace et appropriée au marché étranger visé et cela par la description de l'environnement et des spécificités des marchés étrangers « facteurs politiques, économiques, culturels, ... » et par l'identification des besoins des consommateurs locaux et de la manière de les satisfaire.

La croix rouge en haut à droite nous permet de retourner vers la page d'accueil.

Le bouton « modèle de contrats » sur la page d'accueil nous mène vers une autre page où on va trouver des modèles prêts à remplir de : contrat de représentation commerciale, un contrat de vente et une facture commerciale.



Le modèle de la facture

X

Sauvgarder
Télécharger PDF

**Entête de l'Entreprise**

Nom ou Raison	Tél :
Adresse :N° R.C. :	Fax :
NIF :	Email :
Banque :	Site web :
Compte n° :	
Code Swift :	

FACTURE N° : .....

Lieu et date :

**Client:**

Nom du client :  
 Adresse :  
 Tél. :  
 Fax :  
 Email :  
 Site web :

Désignation	Quantité	Unité de	Prix unitaire en	Montant totale en
Produit				
<b>Total Général</b>				

Montant total en chiffre et en lettres (avec mention obligatoire de l'INCOTERMS)

Mode de paiement :  
 Port de chargement :  
 Port de déchargement :



## Chapitre 3 : le guide du projet

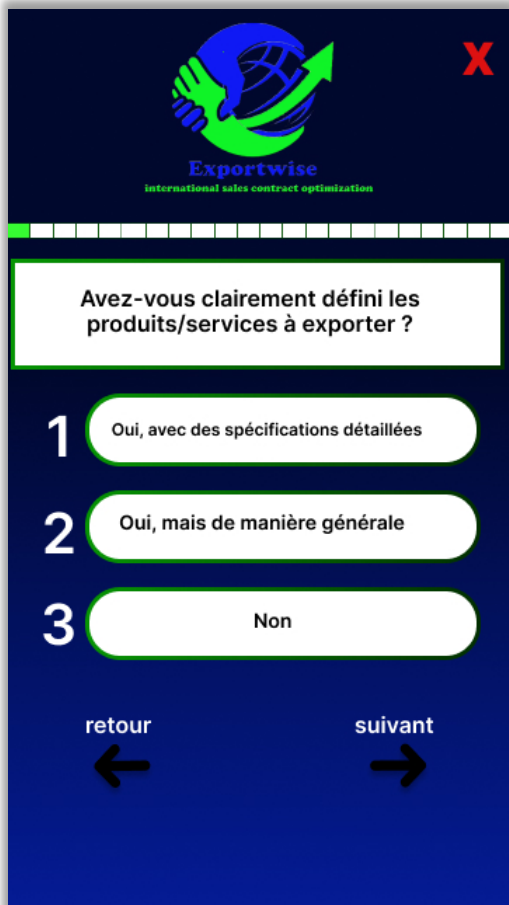
Après avoir remplis les contrats ou la facture, l'utilisateur a le choix de les imprimer ou les télécharger, ou bien les sauvegarder sur l'application ce qui lui offre un accès depuis n'importe où.



Il reste un dernier angle sur la page d'accueil qu'on n'a pas encore exploré, en appuyant sur « tester votre niveau de préparation », un questionnaire va apparaître, l'utilisateur va répondre sur les questions en choisissant une réponse, pour arriver à la fin à un résultat qui

## Chapitre 3 : le guide du projet

représente le pourcentage de préparation de l'utilisateur, qui se calcule selon les réponses choisies par l'utilisateur.



The screenshot shows the 'Exportwise' app interface. At the top, there is a logo with a globe and two hands, and the text 'Exportwise international sales contract optimization'. Below the logo is a progress bar with 10 segments, the first of which is filled. The main question is 'Avez-vous clairement défini les produits/services à exporter ?'. There are three numbered options: 1 'Oui, avec des spécifications détaillées', 2 'Oui, mais de manière générale', and 3 'Non'. At the bottom, there are 'retour' and 'suivant' buttons with arrows.

Exportwise  
international sales contract optimization

Avez-vous clairement défini les produits/services à exporter ?

- 1 Oui, avec des spécifications détaillées
- 2 Oui, mais de manière générale
- 3 Non

retour ←      → suivant



# **Conclusion**

## **générale**

## **Conclusion générale**

L'exportation constitue une opportunité stratégique essentielle pour les entreprises algériennes en quête d'expansion à l'international. Ce processus est complexe et nécessite une préparation minutieuse ainsi qu'une compréhension approfondie des divers éléments impliqués.

La première étape cruciale consiste à reconnaître les différences entre les marchés locaux et étrangers. Pour ce faire, les entreprises doivent mener des études de marché approfondies afin de collecter des informations précises sur les marchés cibles. Ces études, bien que coûteuses en termes de temps et de ressources financières, sont indispensables pour évaluer la rentabilité potentielle et identifier les opportunités disponibles. Elles permettent également de comprendre les particularités du marché étranger, telles que les comportements des consommateurs, la concurrence, et les réglementations locales, aidant ainsi les entreprises à prendre des décisions stratégiques.

Après l'étude de marché, le diagnostic export devient une étape clé. Il permet à l'entreprise d'analyser ses forces, faiblesses, opportunités et menaces (analyse SWOT). En comparant ces résultats avec ceux de l'étude de marché, l'entreprise peut développer une stratégie d'exportation sur mesure. Cela peut impliquer des ajustements des produits ou services proposés, ainsi que des modifications sur les politiques internes pour mieux répondre aux exigences du marché cible et maximiser la rentabilité.

La gestion des démarches administratives et documentaires est également un aspect fondamental de l'exportation. Les entreprises doivent interagir avec diverses institutions locales et internationales impliquées dans le processus d'exportation. Une connaissance approfondie des procédures et des documents requis, tels que les contrats de vente internationaux, les factures commerciales, les certificats d'origine, les lettres de transport, et les déclarations en douane, est essentielle. Le respect strict de ces procédures garantit la conformité et le succès des opérations d'exportation.

La logistique internationale représente un autre pilier essentiel. Les entreprises doivent maîtriser les différents modes de transport (maritime, aérien, terrestre), comprendre les modalités de paiement (comme les virements SWIFT, les lettres de crédit), et utiliser efficacement les incoterms pour clarifier la répartition des frais et des risques liés au transport.

Une gestion efficace de ces aspects permet de minimiser les coûts, de réduire les délais de livraison, et de prévenir les litiges.

Pour les entreprises algériennes, il est également crucial de tirer parti des ressources et des institutions locales, ainsi que des accords commerciaux régionaux et internationaux. Ces outils peuvent faciliter l'accès aux marchés étrangers, offrir des avantages concurrentiels, et soutenir les entreprises dans leurs démarches exportatrices. Par exemple, des institutions comme la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) peuvent fournir des conseils, des formations, et des services de soutien aux entreprises exportatrices.

La réussite des entreprises algériennes dans l'exportation repose sur une préparation rigoureuse, une compréhension approfondie des dynamiques des marchés internationaux, une gestion efficace des aspects administratifs et logistiques, et une adaptation stratégique aux exigences spécifiques de chaque marché. Une telle approche garantit non seulement une entrée sécurisée sur les marchés internationaux, mais aussi une croissance soutenue et un développement économique accru pour l'Algérie. Les entreprises qui maîtrisent ces compétences seront mieux équipées pour naviguer dans le paysage complexe du commerce international, saisir les opportunités globales, et contribuer à la prospérité économique du pays.

Pour ces raisons, notre idée de la création d'une application pour la gestion des contrats de vente à l'international est née, ce projet va permettre aux entreprises algériens une préparation complète et une gestion parfaite des opérations d'exportation, et aussi pour la recherche des nouveaux marchés et des meilleures opportunités d'exportation.

## Bibliographie

- AMELON.J, CARDEBAT.J, les nouveaux défis d'internationalisation : quel développement international pour l'entreprise après la crise, Ed De Boeck université, Bruxelles, 2010.
- Andrew. G, Microéconomie – Macroéconomie, Dunod, Paris, 2007.
- BELOTTI.J, Transport international de marchandises, Vuibert, 4e édition, Paris, 2012, P59.
- BERNET.R, Principe de technique bancaire, 25eme éditions DUNOD, Paris, 2008, p355.
- CAUMONT. D, les études de marchés, Éditions Dunod, Paris, 2007, P.01.
- CORINNE. P, commerce international, 6èmeédition, Dunod, Paris, 2006, P.08/17/18.
- D'Astous.A, Le projet de recherche en marketing, Chenelière éducation, 2011.
- D-IEMER.A, cours d'économie d'entreprise, Partie2 : les fonctions de l'entreprise, Chapitre la Fonction Commerciale, CAPET, PLP, IUFM d'Auvergne, P.12.
- DigiSchool, « Marketing book», pdf, [www.marketing-etudiant.fr](http://www.marketing-etudiant.fr).
- DUBOIS.P, LOLIBERT.A, GAVARD-PERRET. M, FOURNIER. C, le marketing : Fondements et Pratiques, 5èm édition, Ed. ECONOMICA, Paris, 2013, P.134.
- ESCOLANO.J, FILALI.J, TIRVERT.V, Gestion des opérations d'import-export, édition Foucher, 3e édition, Paris, 2016, P180.
- Guide de l'exportateur Algérien de la Banque National d'Algérie.
- Guide pratique de l'exportateur Algérien, ALGEX, 2021.
- Journal Officiel Algérie, Loi n° 04-02 du 5 Jomada El Oula 1425 correspondant au 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales.
- Journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire conventions et accords internationaux - lois et décrets arrêtés, décisions, avis, communications et annonces.
- Le dico du commerce international : <https://www.glossaire-international.com>. Page 152/153.
- LEGER JARNIOU.C, Réaliser l'étude de marché de son projet d'entreprise, Ed. Dunod, Paris, 2000, P.04.
- LEGRAND. G. et MARTINI. H, L'étude de marché, Éditions d'Organisation, 2003.

- LE PETIT EXPORT, LEGRAND.G, MARTINI.H, Logistique contrats risques financements, édition DUNOD, paris2008, P6.
- LIMOGES.I, MIVILLE DE CHENE.K, Le commerce international, édition Chenelière Education, 3éditions, Paris, 2013, P172/173.
- MARIE MADELEINE.D, Transport et logistique, DUNOD, paris, 2001, p115.
- MARTINI.H, Techniques de commerce international, édition Dunod, Paris, 2017, P179.
- PASCO BERHO.C, Marketing international, édition dunod 2000.
- SYLVIE GRAUMANN.Y, Commerce international Guide pratique », LexisNaxis SA, 2005, p5/p6.
- THIEFFRY.J, Les nouvelles règles de la vente internationale, droit et pratique du commerce international, vol.15, n°3, édition Masson, 1989.
- VAN LAETHEM.N, LEBON.Y, DURAND MÉGRET.B, La Boîte À Outils Responsable Marketing, dunod, 2007, p50/56.
- YESSAD.H, Le contrat de vente internationale de marchandises, thèse pour le doctorat en droit, ummto, 2008, p.131.

## Références web

- [www.sidjilcom.cnrc.dz](http://www.sidjilcom.cnrc.dz).
- [www.industrie.gov.dz/fr/inapi](http://www.industrie.gov.dz/fr/inapi).
- [www.caci.dz](http://www.caci.dz).
- [www.safex.dz](http://www.safex.dz).
- [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz).
- [www.algex.dz](http://www.algex.dz).
- [www.douane.gov.dz](http://www.douane.gov.dz).
- [www.cagex.dz](http://www.cagex.dz).
- [www.cacqe.org](http://www.cacqe.org).
- [www.cacqe.org](http://www.cacqe.org).
- [www.algerac.dz](http://www.algerac.dz).
- [www.onml.dz](http://www.onml.dz).
- [www.ons.dz](http://www.ons.dz).
- [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz).
- [www.untca-dz.org](http://www.untca-dz.org).
- [www.exportateur-algerie.org](http://www.exportateur-algerie.org).
- [www.minagri.dz](http://www.minagri.dz).
- [www.fce.dz](http://www.fce.dz).
- [www.banquemondiale.org](http://www.banquemondiale.org).

- [www.intracen.org](http://www.intracen.org).
- [www.trademap.org](http://www.trademap.org).
- [www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org).
- [www.trade.gov](http://www.trade.gov).
- [www.cciwbo.org](http://www.cciwbo.org).
- [www.omc.org](http://www.omc.org).
- [www.imf.org](http://www.imf.org).
- [www.afdb.org](http://www.afdb.org).
- [www.ebrd.com](http://www.ebrd.com).
- [www.madb.europa.eu](http://www.madb.europa.eu).
- [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu).
- [www.cia.gov](http://www.cia.gov).
- [www.eiu.com](http://www.eiu.com).
- [www.cnuCED.org](http://www.cnuCED.org).
- [www.trade.ec.europa.eu](http://www.trade.ec.europa.eu).
- [www.businessfrance.fr](http://www.businessfrance.fr).
- [www.bitd.org](http://www.bitd.org)[www.iso.org](http://www.iso.org).
- [www.globalnegotiator.com](http://www.globalnegotiator.com).
- <https://www.sendcloud.fr/facture-commerciale-int>.
- <https://www.zervant.com/fr/blog/lettre-de-voiture-cmr-modele-lettre-de-voiture>.
- [www.douane.gov.dz](http://www.douane.gov.dz).
- [www.supplychaininfo.eu](http://www.supplychaininfo.eu).

## La liste des figures

Figure 1: model de l'analyse PESTEL.....	32
Figure 2: les cinq forces de M. Porter. ....	33
Figure 3: le paiement contre remboursement.....	58
Figure 4: la remise documentaire.....	59
Figure 5: le fonctionnement de crédit documentaire.....	49

## La liste des tableaux

Tableau 1 : les incidences financières de l'exportation. ....	28
Tableau 2 : les avantages et inconvénients des modes de paiement. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tableau 3 : une estimation de chiffre d'affaire. ....	69

## **La liste des annexes**

Annexe 1 : Modèle type de contrat de représentation commerciale.

Annexe 2 : Voici un exemple d'un contrat de vente international.

Annexe 3 : Facture.

Annexe 4 : La domiciliation bancaire.

Annexe 5 : Certificat de circulation de marchandises EUR1.

Annexe 6 : Certificat d'origine selon le Système Généralisé de Préférences -Formule A-

Annexe 7 : Certificat d'origine de la Zone Arabe de Libre Échange.

Annexe 8 : Certificat de circulation de marchandises dans le cadre de l'accord commercial préférentiel Algéro-Tunisien.

Annexe 9 : Certificat phytosanitaire des produits végétaux.

Annexe 10 : Certificat sanitaire vétérinaire.

Annexe 11 : Certificat de capture.

Annexe 12 : Le connaissement.

Annexe 13 : La lettre de transport aérien LTA.

Annexe 14 : La lettre de voiture CMR.

Annexe 15 : La liste de colisage.

Annexe 16 : La déclaration douanière.

Annexe 17 : Le carnet ATA.

Annexe 18 : le BMC.

Annexe 19 : Le questionnaire pour savoir le niveau de préparation des exportateurs.

# **Annexes**

## **Annexe 1 : Modèle type de contrat de représentation commerciale.**

Annexe 1 : Modèle type de contrat de représentation commerciale

Société .....

Réseau sociale du "Mandant" .....

Adresse : .....

Téléphone : .....

R.C. : .....

E-mail : .....

## **CONTRAT DE REPRÉSENTATION COMMERCIALE.**

Entre

La société ..... sis ..... représentée par " Le Mandant"

Et

L'Agent représenté par Monsieur ....., sis ....., qui déclare, être immatriculé au registre de commerce sous le numéro ... ..

Qui se reconnaissent mutuellement la capacité d'exercice des droits et d'accomplissement des actes juridiques, est conclu le contrat de représentation commerciale suivant :

### **1) Objet du contrat :**

Le Mandant confère à l'Agent, la représentation commerciale, exclusivité ou non, pour les articles suivants (Joindre au contrat le détail des produits et services du Mandant dont la représentation est confiée à l'agent commercial)

Le Mandant se réserve le droit de modifier l'étendue de l'objet du contrat ...

### **2) Territorialité du contrat :**

La représentation est exclusive pour l'ensemble de la clientèle, actuelle et future, sur toute l'étendue du territoire ..... (Désigner les marchés cibles), objet du contrat de représentation.

### **3) Obligations de l'agent :**

## **Annexe 1 : Modèle type de contrat de représentation commerciale.**

L'exportateur peut confier à l'Agent certaines missions ayant trait à :

- La négociation des affaires de vente ;
- L'accroissement du portefeuille clientèle du mandant ;
- La préparation régulière d'un reporting ;
- La couverture du territoire mentionné dans le contrat....

### **4) Obligations du mandant :**

Le Mandant s'engage à :

- Fournir à l'Agent commercial toutes les informations concernant les produits (fiches techniques, brochures...) et l'assistance nécessaire (formation, argumentaire pour la promotion et la vente ...),
- Informer régulièrement de l'évolution de ses tarifs et conditions générales de vente, de façon à ce que ce dernier soit toujours en mesure de les répercuter auprès de la clientèle ;
- Aviser, dans un délai raisonnable, l'Agent commercial, de toute diminution prévisible du volume des opérations concernant les produits et services objet du présent contrat.

### **5) Rémunération / commission :**

Commission, rémunération, calcul et échéance

La commission pour les produits livrés et payés pendant la durée du contrat dans le territoire concédé s'élève à (à chiffrer : pourcentage de CA, commission fixe ou variable ...:)

Exemples non exhaustifs :

- La rémunération est versée à l'Agent commercial lorsque le(s) client(s) ont réglé leurs factures adressées à la banque du Mandant. (Mode paiement : ex. lettre de crédit)
- Les commissions seront payées selon les conditions susvisées, à l'Agent commercial par le Mandant (exemple : au plus tard le dernier jour du mois suivant le trimestre au cours duquel elles auront été acquises.)
- Ce règlement sera accompagné d'un relevé des commissions dues à l'Agent commercial, mentionnant tous les éléments de calcul desdites commissions ...

Cas d'exclusion ou réduction de la commission

## **Annexe 1 : Modèle type de contrat de représentation commerciale.**

N'ouvrant pas droit à la commission ou donnant droit à une commission limitée pour les cas suivants :

- Les livraisons aux entreprises partenaires du mandant (Citer la liste des entreprises) ;
- Les exportations indirectes du mandant à un pays tiers ;
- Les affaires qui, au moment de l'entrée en vigueur de ce contrat, ont déjà été négociées.

Commission à l'expiration du contrat

L'Agent peut prétendre à une commission pour toutes les commandes confirmées pendant la durée du contrat et exécutées et payées après son expiration.

### **6) Cession et transmission du contrat :**

Le présent contrat étant conclu intuitu personae, les droits et obligations en résultant ne pourront être transférés par l'Agent commercial à quelque titre ce soit, sous quelque forme que ce soit (notamment, cession de fonds de commerce, apport en société, cession de titres) et à quelque personne que ce soit, sans l'agrément préalable et écrit du Mandant.

### **7) Conséquences de la cessation du contrat :**

L'Agent Commercial percevra une indemnité de rupture susceptible d'être conditionnée par le transfert de la clientèle lors de la cessation des relations contractuelles.

Toutefois, cette indemnité ne sera pas due à l'Agent commercial si la cessation des relations contractuelles résulte :

- D'une faute grave de l'Agent commercial,
- De l'initiative de l'Agent commercial, à moins que celle-ci ne soit justifiée par des circonstances imputables au Mandant,
- Ou encore si le présent contrat a été cédé par l'Agent à un tiers.

### **8) Comportement loyal et de bonne foi :**

Les parties s'engagent à toujours se comporter l'une envers l'autre comme des partenaires loyaux et de bonne foi et s'informer mutuellement de toute difficulté qu'elles pourraient rencontrer dans le cadre de l'exécution du présent contrat.

### **9) Durée et résiliation du contrat :**

## **Annexe 1 : Modèle type de contrat de représentation commerciale.**

Le présent contrat qui prend effet à compter du (Date de signature du contrat) Est  
conclu pour une durée de .....

Par conséquent, chaque partie pourra y mettre fin à tout moment, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, moyennant le respect d'un préavis de ..... mois pour la première année d'exécution du contrat, de ..... mois pour la deuxième année commencée, de ..... mois pour la troisième année commencée et les années suivantes.

### **10) Langue du contrat :**

Le présent contrat est établi en langue ...

Le texte en langue     constituant l'original

### **11) Règlement des litiges :**

Les litiges entre les deux parties seront réglés

- À l'amiable.
- Par la juridiction du ressort du siège du Mandant compétente pour y statuer.
- Par arbitrage international : la clause compromissoire est une clause contractuelle que les parties à un contrat conviennent d'insérer dans le but d'exclure la compétence des tribunaux de l'ordre judiciaire.

Fait en trois originaux à Alger, le .....

Lu et accepté     Lu et accepté

Le Mandant     L'Agent

Annexe 2 : Voici un exemple d'un contrat de vente international.

Annexe 2 : Voici un exemple d'un contrat de vente international :

## **Contrat de vente**

### **Entre:**

Noms et adresse de l'exportateur.

Représenté par .....

Désigné dans le présent contrat par "Vendeur".

### **D'une part ;**

### **Et :**

Nom et adresse de l'acheteur.

Représenté par .....

Désigné dans le présent contrat par "Acheteur".

### **D'autre part ;**

Ont convenu de ce qui suit:

### **Article 1- Objet :**

Désignation du produit visé par le contrat (nom).

Description technique de la marchandise.

### **Article 2- Documents contractuels :**

Dans le cadre de l'exécution de leurs engagements, les deux parties se soumettent dispositions des documents comme :

- Le présent contrat et ses différentes annexes.
- La facture pro-forma.
- Certificat de conformité....

### **Article 3- la durée de contrat :**

Le présent contrat prend effet à compter de la (date de signature du contrat) ou autre date fixée par les parties contractantes.

### **Article 4- Quantité :**

Description quantitative, exemple: tonnage, volume, nombre d'unités, etc.

Annexe 2 : Voici un exemple d'un contrat de vente international.

**Article 5- Valeur (prix) :**

- Monnaie de règlement.
- Prix unitaire.
- Montant total.

**Article 6- Conditions de livraison :**

La marchandise objet du présent contrat sera livrée suivant l'incoterm (designer l'incoterm convenu).

**Article 7- Domiciliation bancaire :**

Le présent contrat est domicilié :

- Par l'acheteur : (Le nom de la banque de l'acheteur et les informations du compte).
- Par le vendeur : (Le nom de la banque de vendeur et les informations du compte).

**Article 8 - Calendrier de livraison :**

Le fournisseur s'engage à respecter scrupuleusement le calendrier de livraisons et qui sera annexé au contrat.

**Article 9- Chargement :**

La marchandise sera chargée en totalité, en système " groupage" ou non.

**Article 10- Emballage, étiquetage, marquage :**

Le fournisseur s'engage à expédier ou mettre à la disposition de l'acheteur, la marchandise objet du présent marché dans les emballages conformes aux exigences environnementales internationales, à la nature de cette marchandise et au moyen de transport à utiliser.

**Article 11- Mode de paiement :**

Choisir le mode de paiement, Exemples :

- Crédit documentaire irrévocable et confirmé/ x traites avalisées par...
- Virement SWIFT.

**Article 12- Le moyen de transport :**

La marchandise objet du présent contrat sera livrée sur (le moyen de transport convenu et le nom de la compagnie de transport).

Annexe 2 : Voici un exemple d'un contrat de vente international.

**Article 13- Documents d'expédition :**

Les documents d'expédition sont les documents importants qui accompagnent le processus d'expédition des marchandises, ils servent à fournir des informations essentielles sur la marchandise et faciliter son passage aux frontières ils comprenant généralement :

- La facture commerciale.
- Les documents de transport (selon le mode de transport utilisé).
- Le certificat d'origine...

**Article 14- Assurance marchandise lors du transport :**

Selon les conditions de livraison indiquées au présent contrat et la police d'assurance à contracter.

**Article 15- Justification de non-exécution du contrat :**

Préciser les cas dans lesquels le contrat ne peut être exécuté : cas de force majeure (à préciser).

**Article 16- Règlements des différends :**

Les litiges entre les deux parties seront réglés :

- À l'amiable.
- Par les tribunaux désignés par les deux parties contractantes (il est a privilégié le droit algérien).
- Par arbitrage international : la clause compromissoire est une clause contractuelle que les parties à un contrat conviennent d'insérer dans le but d'exclure la compétence des tribunaux de l'ordre judiciaire.

**Article 17- les annexes :**

Le contrat de vente internationale est suivi des annexes contenant des informations supplémentaires sur lesquels les contractent ont convenus dans le contrat comme :

- La facture pro-forma.
- Certificat de conformité.
- La facture commerciale.
- Le certificat d'origine.
- Les documents de transport ...

**Article 18- Signature des deux parties au contrat :**

Fait en trois originaux à Alger, le ... ..

Annexe 2 : Voici un exemple d'un contrat de vente international.

Lu et accepté  
Le Vendeur

Lu et accepté  
L'Acheteur

---

Annexe 3 : facture :

## Entête de l'Entreprise

Nom/Réseau sociale:

Tél:

Adresse: N° R.C. :

Fax:

NIF:

Email:

Banque :

Site web:

Compte n°:

Code Swift:

FACTURE N° : .....

Lieu et date :

**Client :**

Nom du client :

Adresse :

Tél. :

Fax :

Email :

Site web :

Désignation	Quantité	Unité de mesure	Prix unitaire en devise	Montant totale en devise
Produit				
Total Général				

Montant total en chiffre et en lettres (avec mention obligatoire de l'INCOTERMS)

Mode de paiement :

Port de chargement :

Port de déchargement :

## Annexe 4 : La domiciliation bancaire :

Crédit Populaire d'Algérie							
Agence.....							
Date.....							
A	B	C	D	E	F	G	H
15	02	01	2005	3	10	00029	USD

**A** : Code wilaya (deux chiffres).

**B** : Code agrément de la banque (deux chiffres).

**C** : Code agrément du guichet au niveau de la wilaya (deux chiffres).

**D** : L'année en cours (quatre chiffres).

**E** : Le trimestre (un chiffre).

**F** : Nature de l'opération (deux chiffres).

**G**: Numéro d'ordre (cinq chiffres, DI : série de 00001 à 79999 ; DIP : série de 80001 à 99999).

**H** : Code monnaie norme ISO (trois chiffres)





Annexe 6 : Certificat d'origine selon le Système Généralisé de Préférences -Formule A-

Annexe 6 : Certificat d'origine selon le Système Généralisé de Préférences -Formule A-

1. Expéditeur (nom, adresse, pays de l'exportateur)		Référence <b>N° 044686 E</b>			
2. Destinataire (nom, adresse, pays)		<b>SYSTÈME GÉNÉRALISÉ DE PRÉFÉRENCES</b> <b>CERTIFICAT D'ORIGINE</b> <b>( Déclaration et certificat )</b> <b>FORMULE A</b>			
3. Moyen de transport et itinéraire (si connus)		Délivré en <b>ALGERIE</b> (pays)			
4. Pour usage officiel		Voir notes au verso			
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
11. Certificat		12. Déclaration de l'exportateur			
Il est certifié, sur la base du contrôle effectué, que la déclaration de l'exportateur est exacte.		Le soussigné déclare que les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en (nom du pays) et qu'elles remplissent les conditions d'origine requises par le système généralisé de préférences pour être exportées à destination de (nom du pays importateur)			
Lieu et date, signature et timbre de l'autorité délivrant le certificat		Lieu et date, signature du signataire habilité			

Annexe 7 : Certificat d'origine de la Zone Arabe de Libre-échange.

Annexe 7 : Certificat d'origine de la Zone Arabe de Libre Échange :

رقم الشهادة : 13907 تاريخ الشهادة :		الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة	
 		<b>شهادة منشأ</b> بموجب أحكام اتفاقية التيسير و تنمية التبادل التجاري بين الدول العربية	
1- المصدر و عنوانه كاملاً :		2- المنتج و عنوانه كاملاً :	
3- المستورد و عنوانه كاملاً :		4- بلد المنشأ :	5- تم تطبيق الترتيب مع بوال أخرى ؟ <input type="checkbox"/> نعم اسم الدولة : <input type="checkbox"/> لا
6- تفاصيل الشحن :		7- ملاحظات :	
8- وصف السلع، العلامة التجارية (إن وجدت)، عدد الكتل و أرقام الطرود :		9- الوزن القائم (كجم) أو مقاييس أخرى (لتر، متر، مكعب... الخ) :	10- رقم و تاريخ الفاتورة (الفاكتور) :
11- إقرار و تعهد المصدر : أقر بأن جميع البيانات المذكورة أعلاه صحيحة و أن السلع الواردة وصفها أعلاه مستوفاة للشروط و المعايير اللازمة لإكتساب صفة المنشأ. المكان : ..... التاريخ : ..... التوقيع :		12- توقيع و خاتم الجهة المصدرة للشهادة :	13- تصديق الجهة الحكومية المختصة :
		التوقيع :	التوقيع :
		الخاتم :	الخاتم :
		التاريخ :	التاريخ :



**Annexe 9 : Certificat phytosanitaire des produits végétaux.**

Annexe 9 : Certificat phytosanitaire des produits végétaux :

ANNEXE IV	
CERTIFICAT PHYTOSANITAIRE DE REEXPEDITION	
ORGANISATION DE LA PROTECTION DES VEGETAUX DE :	
DESCRIPTION DE L'ENVOI	
Nom et adresse de l'expéditeur : .....	
Nom et adresse déclarés du destinataire : .....	
Nombre et nature des colis : .....	
Marques des colis : .....	
Lieu d'origine : .....	
Moyen de transport déclaré : .....	
Point d'entrée déclaré : .....	
Nom du produit et quantité déclarée : .....	
Nom botanique des plantes : .....	
Il est certifié que les végétaux ou produits végétaux décrits ci-dessus ont été importés en ..... (pays de réexportation) ..... en provenance de ..... (pays d'origine) ..... et ont fait l'objet du certificat phytosanitaire n° .....	
* Dont l'original <input type="checkbox"/> la copie authentifiée <input type="checkbox"/> est annexé(e) au présent certificat. Qu'ils sont emballés <input type="checkbox"/> réemballés <input type="checkbox"/>	
* <input type="checkbox"/> dans les emballages initiaux <input type="checkbox"/> dans de nouveaux emballages <input type="checkbox"/> que d'après le certificat phytosanitaire	
* Original <input type="checkbox"/> et une inspection supplémentaire <input type="checkbox"/> l'envoi est estimé conforme à la réglementation phytosanitaire en vigueur dans le pays importateur, et qu'au cours de l'emmagasinage dans ..... (pays de réexportation) ..... il n'a pas été exposé au risque d'infestation ou d'infection.	
TRAITEMENT DE DESINFESTATION ET/OU DE DESINFECTION	
Date .....	Traitement .....
Produit chimique .....	Durée et température .....
(Matière active) .....	
Concentration .....	Renseignements complémentaires .....
.....	
Déclaration supplémentaire :	
Lieu de délivrance .....	
Nom du fonctionnaire autorisé .....	
Date .....	

Source : JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE N° 78 14 Joumada  
Ethania 1414, 28 novembre 1993

Annexe 10 : Certificat sanitaire vétérinaire.

Annexe 10 : Certificat sanitaire vétérinaire :

**VETERINARY HEALTH CERTIFICATE FOR DAIRY PRODUCTS FOR HUMAN CONSUMPTION  
INTENDED FOR EXPORTATION TO THE REPUBLIC OF TURKEY(\*)  
TÜRKİYE CUMHURİYETİNE İHRACATI AMAÇLANAN İNSAN TÜKETİMİ İÇİN SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ  
VETERİNER SAĞLIK SERTİFİKASI(\*)**

Part 1. details of consignor/consignee/ Bölüm 1. İhracatçı/Alınan	1.1. Consignor / Gönderen Name / Adı Address / Adres Postal code/Posta Kodu Tel No:				1.2. Certificate reference number/Sertifika referans numarası: 1.2.a.		
					1.3. Central Competent Authority / Merkezi yetkili otorite:		
					1.4. Local Competent Authority / Yerel yetkili otorite:		
	1.5. Consignee / Alınan Name / Adı Address / Adres Postal code / Posta Kodu: Tel no:				1.6.		
	1.7. Country of origin / Orjin Ülkesi:	ISO Code/ ISO Kodu:	1.8. Region of origin/ Orjin Bölge:	Code/Kodu:	1.8. Country of destination / Varış ülkesi:	ISO Code/ ISO Kodu:	1.10.
					Türkiye/ TÜRKİYE	TR	
	1.11 Place of Origin / Orjin Yeri Name / Adı Address / Adres Approval Number/ Onay No:				1.12.		
	1.13. Place of loading / Yükleme Yeri:				1.14. Date of departure / Çıkış tarihi:		
1.15. Means of transport / Nakliye aracı Aeroplane <input type="checkbox"/> Ship <input type="checkbox"/> Railway Wagon <input type="checkbox"/> Döke Gemi Tren Vagonu Road vehicle <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/> Otoyol Araç Diğer Identification / Kimlik: Documentary references / Doküman referansları:				1.16. Entry point in TR / TR'ye giriş yeri:			
				1.17.			
1.18. Description of commodity / Malin Tanımı:				1.19. Commodity (HS) code /Malin Kodu (HS):			
				1.20. Quantity/ Miktar:			
1.21. Temperature of product / Ürünün Isısı Ambient/Orta sıcaklık <input type="checkbox"/> Chilled/Soğutulmuş <input type="checkbox"/> Frozen/Dondurulmuş <input type="checkbox"/>				1.22. Number of Packages / Paket sayısı			
1.23. Seal/container no/Mühür/konteyner no :				1.24. Type of packaging / Paketlemenin türü:			
1.25. Commodities certified for / Malinler Human consumption/İnsan tüketimi <input type="checkbox"/>				İçin onaylanır.			
1.26.				1.27. For import or admission into Turkey/Türkiye'ye İthalat veya giriş için <input type="checkbox"/>			
1.28. Identification of the commodities / Malinlerin Tanımı:							
Manufacturing plant Üretim tesisi	Number of packages Paket sayısı	Species (Scientific name) Türü (Bilimsel adı)	Net weight Net ağırlık	Batch number Parti numarası			

Annexe 10 : Certificat sanitaire vétérinaire.

Part I: Certificates/ Bölüm II: Sertifikasyon	II. Health information/ Sağlık Bilgileri	II.a Certificate reference No./Sertifika referansı	II.b.
	<p>II.1 Animal Health Attestation/Hayvan Sağlık Beyanı</p> <p>I, the undersigned official veterinarian, declare that I am aware of the relevant provisions of Directive 2002/99/EC and of Regulation (EC) No 853/2004 and hereby certify that the dairy product described above/Ön, aşağıda imzalı olan resmi veteriner hekim, 2002/99/EC sayılı Direktif ile ve 853/2004/EC sayılı Tüzetle ilgili hükümlerin bilindiğini beyan ederim ve yukarıda tanımlanan süt ürünlerinin aşağıdaki şartları karşıladığını onaylarım:</p> <p>(a) Has been obtained from animals./Aşağıdaki şartları karşılayan hayvanlardan elde edilmiştir:</p> <p>(i) Under the control of the official veterinary service./Resmi veteriner servisinin kontrolü altında,</p> <p>(ii) Belonging to holding which were not under restrictions due to foot-and-mouth disease or rinderpest, and./Şişe Hastalığı veya sıkar veresi sebebiyle kısıtlama altında bulunmayan işletmelere ait, ve,</p> <p>(iii) Subject to regular veterinary inspections to ensure that they satisfy the animal health conditions laid down in Chapter I of section IX of Annex II to Regulation (EC) No 853/2004 and in Directive 2002/99/EC, 853/2004/EC sayılı Tüzetle ilgili ve IX Bölümünün ve 2002/99/EC sayılı Direktif'te yer alan hayvan sağlık şartlarını karşıladığını kesin olmak için düzenli veteriner kontrollerine tabi olan.</p> <p>(b) In the case of dairy products made from raw milk sourced from cows, ewes, goats or buffaloes have undergone, prior to import into the Republic of Turkey./İnek, koyun, keçi veya manda kaynaklı çiğ süttan yapılmış süt ürünleri olması durumunda, Türkiye Cumhuriyeti'ne ithalattan önce aşağıdaki işlemlerden geçirilmiştir:</p> <p>(i) A sterilization process with equivalent at least 121 °C for 3 minutes./En az 121 °C'de 3 dakikaya eş değer bir sterilizasyon işlemi.</p> <p>(ii) an ultra-high temperature (UHT) treatment at not less than 135 °C in combination with a suitable holding time./uygun bir tutma süresi ile 135 °C'den daha düşük olmayan bir 'çok yüksek sıcaklık' (UHT) işlemi.</p> <p>(iii) a high temperature short time pasteurization treatment (HTST) at 72 °C for 15 seconds applied twice to milk with a pH equal to or greater than 7.0 achieving, where applicable, a negative reaction to a alkaline phosphatase test, applied immediately after the heat treatment./Sütle 7.0 veya 7.0'den büyük pH değeri yapması için, iki kez uygulanan 72 °C'de 15 saniye 'bir yüksek sıcaklık kısa süreli pastürizasyon işlemi' (HTST) bu işlemden hemen sonra uygulanan bir alkaline phosphatase testine negatif reaksiyon.</p> <p>(iv) a treatment with an equivalent pasteurisation effect to point (iii) achieving, where applicable, a negative reaction to a alkaline phosphatase test, applied immediately after the heat treatment./madde (iii)'teki değere ulaşılması için denk bir pastürizasyon işlemi, bu işlemden hemen sonra uygulanan bir alkaline phosphatase testine negatif reaksiyon.</p> <p>(v) a HTST treatment with a pH below 7.0./pH 7.0'den altında bir HTST işlemi.</p> <p>(vi) a HTST treatment combined with another treatment by aşağıdaki işlemlerden biri ile birlikte uygulanan bir HTST işlemi</p> <p>(vii) lowering the pH below 6 for one hour./bir saat boyunca pH değerinin 6'dan altına düşürülmesi.</p> <p>(viii) additional heating equal to or greater than 72 °C or more, combined with desiccation/düve altına veya 72 °C'ye denk, 72 °C'den veya daha fazla ısıtılmadan büyük, kurutma ile combine edilmiş.</p> <p>(c) In the case of dairy products made from raw milk sourced from animals other than cows, ewes, goats or buffaloes have undergone, prior to import into the Republic of Turkey./İnek, koyun, keçi veya manda kaynaklı hayvanlardan elde edilen çiğ süttan yapılmış süt ürünleri olması durumunda, Türkiye Cumhuriyeti'ne ithalattan önce aşağıdaki işlemlerden geçirilmiştir:</p>		

E.A. Certificate reference No./Sertifikat referans No	E.A.
<p>(1) neither (1) ya (1) A sterilisation process with equivalent at least 121 °C for 3 minutes./En az 121 °C'de 3 dakikaya eş değer bir sterilizasyon işlemi</p> <p>(1) or (1) ya da (1) an ultra-high temperature (UHT) treatment of not less than 135 °C in combination with a suitable holding time./uygun bir tutma süresi ile 135°C'den daha düşük olmayacak şekilde bir 'yüksek sıcaklık UHT' işlemi.</p>	
<p><b>E.2 Public Health Attestation/ Halk Sağlığı Beyanı</b></p>	
<p>I, the undersigned official inspector, declare that I am aware of the relevant provisions of Regulations (EC) No 178/2003, (EC) No 853/2004, (EC) No 853/2004 and (EC) No 854/2004 and hereby certify that the dairy product described above was produced in accordance with provisions, in particular that/Şey, aşağıda imzası olan resmi olarak, 178/2003/TE, 853/2004/TE, 853/2004/TE ve 854/2004/TE sayılı Yönetmeliklerin ilgili hükümlerini bildiğimi beyan ederim ve yukarıda tarif yapılan süt ürünlerinin aşağıdaki şartlarda bu hükümlere uygun olarak üretilmişlerini tasvirlenir. Üzerine:</p>	
<p>(a) It was manufactured from raw milk/ Aşağıdaki şartlar karşılıklı olarak çözümlenmiştir:</p>	
<p>(i) which comes from holdings registered in accordance with Regulation (EC) No 853/2004 and checked in accordance with Annex IV to Regulation (EC) No 854/2004/ 854/2004/TE sayılı Yönetmeliğe uygun olarak kayıt altına alınmış ve 854/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek IV'den uygun olarak denetlenen işletmelerden gelmiştir.</p>	
<p>(ii) which was produced, collected, cooled, stored and transported in accordance with the hygiene conditions laid down in Chapter I of Section IX of Annex III to Regulation (EC) No 853/2004 / 853/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek III, Kısm IX, 1. Bölümünde yer alan hijyen şartlarına uygun olarak üretilmiş, toplanmış, soğutulmuş, depolanmış ve nakliye edilmiştir.</p>	
<p>(iii) which meets the plate and somatic cell count criteria laid down in Chapter I of Section IX of Annex III to Regulation (EC) No 853/2004 / 853/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek III, Kısm IX, 1. Bölümünde yer alan plak ve somatik hücre sayı kriterlerini karşılamaktadır.</p>	
<p>(iv) which complies with the guarantees on the residues status of raw milk provided by the monitoring plans for the detection of residues or substances submitted in accordance with Council Directive 96/23/EC, and in particular, Article 29 thereof./ 96/23/TE sayılı Konsey Tüzüğüne dayanarak 29. Maddesine uygun olarak, kalite veya maddelerin tarayıcı için alınacak programları tarafından sağlanan, çözümlenmiş kalite statüsüne dair sunulan garantiler karşılanmaktadır.</p>	
<p>(v) which pursuant to testing for residues of antibacterial drugs carried out by the food business operator in accordance with the requirements of Article 11, Section IX, Chapter I, Part III, point 4 of Regulation (EC) No 853/2004, it complies with the maximum residue limits for residues of antibacterial veterinary medicinal products laid down in the Annex to Regulation (EU) No 31/2010./ 853/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek III, Kısm IX, 1. Bölümünde Ek Kısm, Madde 4'ün şartlarına uygun olarak gıda işletmecisi tarafından antibiyotikler için kalite için yapılan teste göre, 31/2010 sayılı Yönetmeliğin Ekine belirtilen antibiyotik veteriner ilaç ürünleri hakkında için maksimum kalite limitlerini karşılamaktadır.</p>	
<p>(vi) which has been produced under conditions guaranteeing compliance with the maximum residue levels for pesticides laid down in Regulation (EC) No 396/2005, and maximum levels for contaminants laid down in Regulation (EC) No 1831/2003./2005/2005 sayılı Yönetmelikte belirtilen pestisitler için maksimum kalite düzeyleri ile 1831/2003 sayılı Yönetmelikte belirtilen kontaminantlar için maksimum düzeyleri uygun garanti şartları altında üretilmiştir.</p>	
<p>(b) It comes from an establishment implementing a programme based on the HACCP principles in accordance with Regulation (EC) No 853/2004/854/2004/TE sayılı Yönetmeliğe uygun, HACCP ilkelerine dayalı bir program uygulayan işletmelerden gelmektedir.</p>	
<p>(c) It has been processed, stored, wrapped, packaged and transported in accordance with the relevant hygiene conditions laid down in Annex II to Regulation (EC) No 853/2004 and Chapter II of Section IX of Annex III to Regulation (EC) No 853/2004./853/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek II'yi ve 853/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek III, Kısm IX, 1. Bölümünde yer alan ilgili hijyen şartlarına uygun olarak işlem görmüş, toplanmış, ambalajlanmış, paketlenmiş ve nakliye edilmiştir.</p>	
<p>(d) It meets the relevant criteria laid down in Chapter II of Section IX of Annex III to Regulation (EC) No 853/2004 and the relevant microbiological criteria laid down in Regulation (EC) No 2073/2005 on microbiological criteria for foodstuffs./853/2004/TE sayılı Yönetmeliğin Ek III, Kısm IX, 1. Bölümünde belirtilen ilgili kriterleri ve gıda ürünleri için mikrobiyolojik kriterler hakkında 2073/2005 sayılı Yönetmelikte belirtilen ilgili mikrobiyolojik kriterleri karşılamaktadır.</p>	
<p>(e) the guarantees covering live animals and products thereof provided by the residue plans submitted in accordance with Directive 96/23/EC, and in particular Article 29 thereof, are fulfilled./ 96/23/TE sayılı Direktifin Madde 29. Maddesine uygun olarak sunulan kalite planlarıyla canlı hayvanlar ve ürünleri kapsayan garantiler yerine getirilmiştir.</p>	

Annexe 10 : Certificat sanitaire vétérinaire.

No. Certificate reference No./Sertifikas referans No	E. S.
<p>Notes/Notlar :</p> <p>(*) This certificate, is valid for all countries./Bu sertifikas tüm ülkeler için geçerlidir.</p> <p>(†) Delete as appropriate./Uygun şekilde siliniz.</p> <p>This certificate is intended for dairy products for human consumption./Bu sertifikas, insan tüketimi amaçlı olan süt ürünleri içindir.</p>	
<p>Part I./Bölüm I</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Box I.7: Provide name and ISO Code of the Country./Madde I.7. Ülke adı ve ISO kodunu belirtiniz.</li> <li>- Box I.11: Name, address and approval number of the establishments of dispatch./Madde I.11: Fikriyet yapılan işletmenin adı, adresi ve onay numarası.</li> <li>- Box I.15: Registration number (railway wagons or containers and road vehicles), flight number (aircraft) or name (ship). In the case of transport in containers, the total number of containers and their registration number and where there is a serial number of the seal it must be indicated in box I.23. In case of unloading and reloading, the consignor must inform the entry point of the Republic of Turkey./Madde I.15: Kayıt numarası (tren vagonu veya konteyner ya da taşıta), uçuş numarası (uçak) veya adı (gemi). Konteyner içindeki taşıyıcılar için, toplam konteyner sayısı ve kayıt numaraları ile mühürün seri numarası I.23. maddede belirtilmelidir. Fikriyet ve boşaltma amacı durumunda, gönderen Türkiye'ye giriş noktası bildirilmelidir.</li> <li>- Box I.19: use the appropriate Harmonised System (HS) code: 04.01; 04.02,04.03; 04.04; 04.05; 04.06; 17.02; 21.01; 21.04; 21.01; 21.02 or 21.04/Madde I.19: Uygun Koda (HS) kullanınız: 04.01; 04.02,04.03; 04.04; 04.05; 04.06; 17.02; 21.01; 21.04; 21.01; 21.02 or 21.04</li> <li>- Box I.20: Indicate total gross weight and total net weight./Madde I.20: toplam brüt ve net ağırlığı belirtiniz.</li> <li>- Box I.23: For containers or boxes, the container number and the seal number (if applicable) should be included./Madde I.23: Konteynerler ve kutular için, konteyner numarası ve mühür numarası (uygulanabilir olduğunda) belirtilmelidir.</li> <li>- Box I.28: Manufacturing plant: Introduce the approval number of the treatment and/or processing establishment(s)/ Madde I.28: Üretim tesisi (içlendiği ve/veya şamadan geçtiği işletme/işletmelerin onay numarasını belirtiniz).</li> </ul>	
<p>Part II./Bölüm II</p> <p>-The colour of the signature shall be different to that of the printing. The same rule applies to stamps other than those embossed or watermark./ İmza, yazı renginden farklı bir renkte olmalıdır. Aynı kural, diğer damga ve filigran dışındaki mühürler için de uygulanır.</p>	
<p>Official Veterinarian / Resmî veteriner hekim</p> <p>Name (in capitals) / İsim (Büyük harflerle)</p> <p>Qualification and title./Yetki ve Derece</p> <p>Date / Tarih</p> <p>Signature / İmza</p> <p>Stamp / Mühür</p>	

**Annexe 11 : Certificat de capture.**



Annexe 11 : Certificat de capture :

CERTIFICAT DE CAPTURE DE LA COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE <span style="color: red;">Annexe 2</span>							
Numéro du document				Autorité validant le certificat			
1. Nom		Adresse			Tél.		
					Fax		
2. Nom du navire de pêche		Pavillon — port d'attache et numéro d'immatriculation			Indicatif d'appel		Numéro Lloyd's/ OMI (le cas échéant)
N° de la licence de pêche — date limite de validité		N° Inmarsat, fax, Tél., adresse électronique (le cas échéant)					
3. Description du produit		Type de transformation autorisé à bord:			4. Référence des mesures de conservation et de gestion applicables		
Esèce	Code du produit	Zone(s) et dates de capture	Poids vif estimé (kg)	Poids à débarquer estimé (kg)	Poids débarqué vérifié (kg) (le cas échéant)		
5. Nom du capitaine du navire de pêche — signature — cachet:							
6. Déclaration de transbordement en mer Nom du capitaine du navire de pêche			Signature et date		Date/zone/position de transbordement		Poids estimé (kg)
Capitaine du navire receveur		Signature	Nom du navire		Indicatif d'appel	Numéro Lloyd's/OMI (le cas échéant)	
7. Autorisation de transbordement dans une zone portuaire:							
Nom	Autorité	Signature	Adresse	Tél.	Port de débarquement	Date de débarquement	Cachet (tampon)
8. Nom et adresse de l'exportateur		Signature			Date		Cachet
9. Validation par l'autorité de l'État du pavillon:							
Nom/titre		Signature			Date	Cachet (tampon)	

**Annexe 11 : Certificat de capture.**

<b>10. Informations relatives au transport: voir l'appendice</b>					
<b>11. Déclaration de l'importateur:</b>					
Nom et adresse de l'importateur	Signature	Date		Cachet	Code NC du produit
Documents relevant de l'article 14, paragraphes 1 et 2, du règlement (CE) n° .../2008	Références				
<b>12. Contrôle à l'importation: autorité</b>	Lieu	Importation autorisée (*)	Importation suspendue (*)	Vérification demandée — date	
Déclaration en douane (le cas échéant)	Numéro		Date	Lieu	
(*) Cocher la case appropriée.					

Annexe 12 : Le connaissance :

 <b>MAERSK LINE</b>		<b>BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT</b>		SCAC MAEU B/L No. 954632621												
Shipper <b>Exportateur (nom et adresse de la société)</b>		Booking No. 954632621		Export references Svc Contract												
Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer") <b>Client (nom et adresse de la société)</b>		Notify Party (see clause 22) THE SAME														
Vessel (see clause 1 + 19) ECLIPS	Voyage No. 1530	Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)														
Port of Loading Oran	Port of Discharge Dakar	Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)														
<b>PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER</b>																
Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No. 1 Container Said to Contain 6176 PACKAGES BISCUITS HS CODE :19053100 MSKU1492615 ML-DZ0020263 40 DRY 9'6 6176 PACKAGES 17003.000 KGS 40.0000 CBM SHIPPER'S LOAD, STOW, WEIGHT AND COUNT FREIGHT PREPAID CY/CY		Weight 17003.000 KGS	Measurement 40.0000 CBM													
Above particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;">Freight &amp; Charges</th> <th style="width: 10%;">Rate</th> <th style="width: 10%;">Unit</th> <th style="width: 10%;">Currency</th> <th style="width: 10%;">Prepaid</th> <th style="width: 10%;">Collect</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>					Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect						
Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect											
Carrier's Receipt (see clause 1 and 14). Total number of containers or packages received by Carrier. 1 container		Place of Issue of B/L Algiers port		SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking, in apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the Box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (or the Place of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being subject to the terms, rights, defenses, provisions, conditions, exceptions, limitations, and clauses hereof (INCLUDING ALL TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF) NUMBERED 1-16 AND THOSE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liability in respect of on deck stowage (see clause 10) and the carrying vessel (see clause 10). Where the Bill of Lading is non-negotiable the Carrier may give delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original Bill of Lading, whereas the Bill of Lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender one original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such document which the Merchant surrenders as a Bill of Lading is genuine and original. If the Carrier complies with this duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original Bill of Lading, notwithstanding such delivery discharging the Carrier's delivery obligations. In accepting the Bill of Lading, any local customs or privileges to the contrary notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the face or reverse side hereof, in full as if they were all signed by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated on this side have been signed and whenever one original Bill of Lading has been surrendered any others shall be void.												
Number & Sequence of Original B(s)/L 1/THREE		Date of Issue of B/L 2015-10-01														
Declared Value (see clause 7.3)		Shipped on Board Date ( Local Time ) 2015-09-20														
Signed for the carrier Maersk Line A/S  Maersk Algeria Spa as Agent																
2015A1 011635540																


Annexe 13 : La lettre de transport aérien LTA.

Annexe 13 : La lettre de transport aérien LTA :

124 ALG 3593 4776		124-3593 4776	
Shipper's Name and Address <b>Exportateur (nom et adresse de la société)</b>		Shipper's Account Number	
Consignee's Name and Address <b>Client (nom et adresse de la société)</b>		Consignee's Account Number	
Issuing Carrier's Agent Name and City <b>CENTRE CARGO ALGER</b>		Accounting Information	
Agent's IATA Code <b>03-4 9055</b>		Account No.	
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing <b>ALGER</b>		Reference Number	
Optional Shipping Information		Declared Value for Carriage <b>NVD</b>	
Declared Value for Customs <b>NCV</b>		Declared Value for Insurance <b>XXX</b>	
To By First Carrier Routing and Destination <b>FRA AH</b>		to by to by <b>LAD LH</b>	
Airport of Destination <b>LUANDA</b>		Requested Flight/Date <b>AH LH</b>	
Handling Information		INSURANCE — If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".	
No. of Pieces RCP <b>3</b>		Gross Weight <b>203.0</b>	
kg <b>Q</b>		Rate Class <b>Q</b>	
Chargeable Weight <b>203.0</b>		Rate / Charge <b>241.55</b>	
Total <b>49034.65</b>		Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume) <b>BISCUITS CHOCOLATS PANCAR DE PUB (SNAP UP) DIMS / CM 80 X 65 X 58 X 2 97 X 69 X 40 X 1</b>	
3 203.0		49034.65 VOLUME: 0.871	
Prepaid <b>49034.65</b>		Other Charges <b>AWC 600.00 CHC 600.00 MYC 2030.00</b>	
Valuation Charge		<b>SCC 812.00 TXC 81.20</b>	
Tax		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.	
Total Other Charges Due Agent		<b>FOR:</b>	
Total Other Charges Due Carrier <b>4123.20</b>		Signature of Shipper or his Agent	
Total Prepaid <b>53157.85</b>		Executed on (date) <b>13 JUL 2015</b>	
Currency Conversion Rates		at (place) <b>ALGER</b>	
CC Charges in Dest. Currency		Signature of Issuing Carrier or its Agent <b>RIAD ALIYAHIA</b>	
For Carrier's Use only at Destination		Total Collect Charges	
Charges at Destination		<b>124-3593 4776</b>	

# Annexe 14 : La lettre de voiture CMR.

## Annexe 14 : La lettre de voiture CMR :

1 Expéditeur (nom, adresse, pays) Sender (name, address, country)		LETTRE DE VOITURE INTERNATIONALE INTERNATIONAL CONSIGNMENT NOTE No 24382 					
2 Destinataire (nom, adresse, pays) Consignee (name, address, country)		16 Transporteur (nom, adresse, pays) Carrier (name, address, country)					
3 Lieu prévu pour la livraison de la marchandise (lieu, pays) Place of delivery of the goods (place, country)		17 Transporteur succursale (nom, adresse, pays) Successive carriers (name, address, country)					
4 Lieu et date de la prise en charge de la marchandise (lieu, pays, date) Place and date of taking over the goods (place, country, date)		18 Réserves et observations du transporteur Carrier's reservations and observations					
5 Documents annexés Documents attached							
6 Marque et numéro Mark and No	7 Nombre des colis Number of packages	8 Mode d'emballage Method of packing	9 Nature de la marchandise Nature of the goods	10 No statistique Statistical number	11 Poids brut, kg Gross weight in kg	12 Cubage m3 Volume in m3	
Classe Class	Chiffre Number	Lettre Letter	(ADR)				
13 Instructions de l'expéditeur Sender's instructions			10 Conventions particulières Special agreements				
14 Prescriptions d'affranchissement Instructions as to payment for carriage <input type="checkbox"/> Franco / Carriage paid <input type="checkbox"/> Non franco / Carriage forward			20 À payer par To be paid by:				
			Expéditeur Sender		Monnaie / Currency		Destinataire Consignee
			Prix de transport Carriage charges :				
			Réductions Deductions :				
			Solde / Balance				
			Suppléments Supplem. charges :				
			Frais accessoires Other charges : +				
			TOTAL :				
21 Établie à Established in			le on		19		
			15 Remboursement / Cash on delivery				



Annexe 16 : La déclaration douanière.

Annexe 16 : La déclaration douanière :

1	DECLARATION		LIBELLE		3	4	total / articles	EXEMPLAIRE DOUANE				5
2	CODE	6	IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL	7	8	9	10	ENREGISTREMENT				11
11	TYPE D'OPERATION	12	FINANCEMENT	13	CONDLY	14	RAT. TRANS	15	N°	DATE - HEURE	CODE - BUREAU	CACHET DU BUREAU
16	PRIX TOTAL FACTURE NET (P.T.F.N)	MONNAIE	17	AUTRES FRAIS	MONNAIE	18	TAUX TRANS	19	SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.N)	20	TAUX DE CHANGE	21
22	PAYS ACHAT VERITE	23	PAYS DEST. DEF	24	RELAT. VERTE / ACHAT	25	COEF. A JUST	26	DECLARANT	27	N° AGREMENT	LIG. REP
28	CODE	29	CODE	30	CODE	31	CODE	32	CODE MANIFESTE	33	N° DOCUMENT	34
35	LIGNE COMMERC. DATE	36	N°	37	N°	38	N°	39	N°	40	N°	41
42	TRANSPORT DE / VERS LE TRANCOER	IDENTIFICATION	43	POIDS TOTAL BRUT	44	TRANSPORT INTERIEUR	IDENTIFICATION	45	LOCALISATION INDES	46	PAYS PROMTEUR DEST	47
48	ARTICLE	DESIGNATION DES MARCHANDISES	49	REGIME FISCAL	50	ORIGINE	51	CODE STATISTIQUE	52	POIDS NET	53	VALEUR EN DA
54	43	TAR. PREF	55	44	QUANT. COMPLETE	56	45	CODES PIECES A JOINDRE	57	REGIME FISCAL	58	ORIGINE
59	40	CODE STATISTIQUE	60	41	POIDS NET	61	42	VALEUR EN DA	62	43	TAR. PREF	63
64	44	QUANT. COMPLETE	65	45	CODES PIECES A JOINDRE	66	46	LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOTAGE DES MARCHANDISES ADMISES SOUS LE COUVERT D'UN REGIME SUSPENSIF	67	47	DELAI	68
69	48	PIECES JOINTES :	70	49	REGIME DOUANIER PRECEDENT	71	DATE	72	60	DELAI	61	TAUX SUSP.
73	62	MONNAIE	74	PLUS-VALUE	MONNAIE	75	63	MARQUE	76	GENRE	77	INDICATIONS VEHICULES PARTICULIERES
78	ANNÉE	79	MONTANT CAUTION :	80	MONTANT REMISE :	81	64	65	CODE TAXE	66	QUOTITE	67
82	68	ASSIETTE	83	MONTANT	84	69	CODE TAXE	70	QUOTITE	71	ASSIETTE	72
85	MONTANT	86	MODE DE PAIEMENT	87	TRANSIT / SCHELEMENTS APPOSES	88	AUTORISE PAR :	89	N° :	90	DU :	91
92	COMPTAINT	93	CONSIGN	94	ENCL. PAVEN	95	N° CREDIT	96	NUMER	97	MARGUES	98
99	DATE (LIBRE)	100	BUR. PROFIT	101	BUR. DEST	102	OBSERVATIONS	103	DATE (LIBRE)	104	BUR. PROFIT	105
106	BUR. DEST	107	OBSERVATIONS	108	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	109	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	110	Fait A	111	le	112
113	OBSERVATIONS	114	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	115	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	116	Fait A	117	le	118	119	120
121	OBSERVATIONS	122	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	123	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	124	Fait A	125	le	126	127	128
129	OBSERVATIONS	130	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	131	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	132	Fait A	133	le	134	135	136
137	OBSERVATIONS	138	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	139	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	140	Fait A	141	le	142	143	144
145	OBSERVATIONS	146	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	147	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	148	Fait A	149	le	150	151	152
153	OBSERVATIONS	154	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	155	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	156	Fait A	157	le	158	159	160
161	OBSERVATIONS	162	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	163	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	164	Fait A	165	le	166	167	168
169	OBSERVATIONS	170	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	171	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	172	Fait A	173	le	174	175	176
177	OBSERVATIONS	178	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	179	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	180	Fait A	181	le	182	183	184
185	OBSERVATIONS	186	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	187	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	188	Fait A	189	le	190	191	192
193	OBSERVATIONS	194	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	195	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	196	Fait A	197	le	198	199	200
201	OBSERVATIONS	202	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	203	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	204	Fait A	205	le	206	207	208
209	OBSERVATIONS	210	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	211	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	212	Fait A	213	le	214	215	216
217	OBSERVATIONS	218	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	219	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	220	Fait A	221	le	222	223	224
225	OBSERVATIONS	226	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	227	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	228	Fait A	229	le	230	231	232
233	OBSERVATIONS	234	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	235	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	236	Fait A	237	le	238	239	240
241	OBSERVATIONS	242	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	243	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	244	Fait A	245	le	246	247	248
249	OBSERVATIONS	250	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	251	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	252	Fait A	253	le	254	255	256
257	OBSERVATIONS	258	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	259	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	260	Fait A	261	le	262	263	264
265	OBSERVATIONS	266	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	267	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	268	Fait A	269	le	270	271	272
273	OBSERVATIONS	274	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	275	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	276	Fait A	277	le	278	279	280
281	OBSERVATIONS	282	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	283	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	284	Fait A	285	le	286	287	288
289	OBSERVATIONS	290	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	291	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	292	Fait A	293	le	294	295	296
297	OBSERVATIONS	298	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	299	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	300	Fait A	301	le	302	303	304
305	OBSERVATIONS	306	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	307	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	308	Fait A	309	le	310	311	312
313	OBSERVATIONS	314	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	315	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	316	Fait A	317	le	318	319	320
321	OBSERVATIONS	322	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	323	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	324	Fait A	325	le	326	327	328
329	OBSERVATIONS	330	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	331	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	332	Fait A	333	le	334	335	336
337	OBSERVATIONS	338	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	339	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	340	Fait A	341	le	342	343	344
345	OBSERVATIONS	346	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	347	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	348	Fait A	349	le	350	351	352
353	OBSERVATIONS	354	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	355	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	356	Fait A	357	le	358	359	360
361	OBSERVATIONS	362	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	363	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	364	Fait A	365	le	366	367	368
369	OBSERVATIONS	370	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	371	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	372	Fait A	373	le	374	375	376
377	OBSERVATIONS	378	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	379	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	380	Fait A	381	le	382	383	384
385	OBSERVATIONS	386	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	387	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	388	Fait A	389	le	390	391	392
393	OBSERVATIONS	394	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	395	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	396	Fait A	397	le	398	399	400
401	OBSERVATIONS	402	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	403	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	404	Fait A	405	le	406	407	408
409	OBSERVATIONS	410	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	411	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	412	Fait A	413	le	414	415	416
417	OBSERVATIONS	418	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	419	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	420	Fait A	421	le	422	423	424
425	OBSERVATIONS	426	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	427	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	428	Fait A	429	le	430	431	432
433	OBSERVATIONS	434	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	435	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	436	Fait A	437	le	438	439	440
441	OBSERVATIONS	442	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	443	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	444	Fait A	445	le	446	447	448
449	OBSERVATIONS	450	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	451	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	452	Fait A	453	le	454	455	456
457	OBSERVATIONS	458	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	459	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	460	Fait A	461	le	462	463	464
465	OBSERVATIONS	466	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	467	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	468	Fait A	469	le	470	471	472
473	OBSERVATIONS	474	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	475	A. Je soussigné, edilicte sous les peines de droit metre sous lo present regime douanier les marchandises decrites dans cette declaration.	476	Fait A	477	le	478	479	480
481	OBSERVATIONS	482	ENGAGEMENTS SOUSCRITS	483								

Annexe 17 : Le carnet ATA :

<p style="font-size: 2em; text-align: center; letter-spacing: 0.5em;">C A R N E T A T</p>	<p style="font-size: 2em; text-align: center; letter-spacing: 0.5em;">S P E C I M E N</p>	<p style="text-align: right;">RÉSERVÉ À L'ASSOCIATION ÉMETTRICE/ For Issuing Association use COUVERTURE/Front cover</p> <p>Nombre de feuilles supplémentaires : .....</p> <p>a) CARNET No. <b>DZ</b></p>			
<p><b>A. TITULAIRE ET ADRESSE/Holder and address</b></p>		<p><b>b) DÉLIVRÉ PAR/Issued by</b></p>			
<p><b>B. REPRÉSENTÉ PAR/ Represented by*</b></p>		<p><b>c) VALABLE JUSQU'AU/Valid until</b></p> <p style="text-align: center;">..... / ..... / .....</p> <p style="text-align: center;">année / mois / jour (inclus) year / month / day (inclusive)</p>			
<p><b>C. UTILISATION PRÉVUE DES MARCHANDISES/ Intended use of goods</b></p>		<p><b>P. Ce carnet est valable dans les pays/territoires douaniers ci-après, sous la garantie des associations reprises en page quatre de couverture:</b> /This carnet may be used in the following countries/Customs territories under the guarantee of the associations listed on page four of the cover:</p> <table style="width:100%; border: none;"> <tr> <td style="width:33%; vertical-align: top;"> <p><input type="checkbox"/> COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> DE ALLEMAGNE</li> <li><input type="checkbox"/> AT AUTRICHE</li> <li><input type="checkbox"/> BE BELGIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> BG BULGARIE</li> <li><input type="checkbox"/> CY CHYPRE</li> <li><input type="checkbox"/> HR CROATIE</li> <li><input type="checkbox"/> DK DANEMARK</li> <li><input type="checkbox"/> ES ESPAGNE</li> <li><input type="checkbox"/> EE ESTONIE</li> <li><input type="checkbox"/> FI FINLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> FR FRANCE</li> <li><input type="checkbox"/> GR GRECE</li> <li><input type="checkbox"/> HU HONGRIE</li> <li><input type="checkbox"/> IE IRLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> IT ITALIE</li> <li><input type="checkbox"/> LV LETTONIE</li> <li><input type="checkbox"/> LT LITUANIE</li> <li><input type="checkbox"/> LU LUXEMBOURG</li> <li><input type="checkbox"/> MT MALTE</li> <li><input type="checkbox"/> NL PAYS BAS</li> <li><input type="checkbox"/> PL POLOGNE</li> <li><input type="checkbox"/> PT PORTUGAL</li> <li><input type="checkbox"/> SK RÉPUBLIQUE SLOVAQUE</li> <li><input type="checkbox"/> CZ RÉPUBLIQUE TCHÈQUE</li> <li><input type="checkbox"/> RO ROUMANIE</li> <li><input type="checkbox"/> GB ROYAUME-UNI</li> <li><input type="checkbox"/> SI SLOVENIE</li> <li><input type="checkbox"/> SE SUÈDE</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> TOUS PAYS</p> </td> <td style="width:33%; vertical-align: top;"> <p><b>PARTIES DE TERRITOIRES ACCEPTANT LE CARNET A.T.A.:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> FR DOM-TOM</li> <li><input type="checkbox"/> ES ÎLES CANARIES</li> <li><input type="checkbox"/> ES CEUTA</li> <li><input type="checkbox"/> ES MELILLA</li> <li><input type="checkbox"/> US PORTO RICO</li> </ul> <p><b>PAYS TIERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ZA AFRIQUE DU SUD</li> <li><input type="checkbox"/> (y compris BOTSWANA, LESOTHO, NAMIBIE, SWAZILAND)</li> <li><input type="checkbox"/> AL ALBANIE</li> <li><input type="checkbox"/> DZ ALGÈRE</li> <li><input type="checkbox"/> AD ANDORRE</li> <li><input type="checkbox"/> AU AUSTRALIE</li> <li><input type="checkbox"/> BY BÉLARUS</li> <li><input type="checkbox"/> BA BOSNIE-HERZÈGOVINE</li> <li><input type="checkbox"/> CA CANADA</li> <li><input type="checkbox"/> CL CHILI</li> <li><input type="checkbox"/> CN CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> KR CORÉE</li> <li><input type="checkbox"/> CI CÔTE D'IVOIRE</li> <li><input type="checkbox"/> AE ÉMIRATS ARABES UNIS</li> <li><input type="checkbox"/> US ÉTATS UNIS</li> <li><input type="checkbox"/> GI GIBRALTAR</li> <li><input type="checkbox"/> HK HONG KONG, CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> MU ÎLE MAURICE</li> <li><input type="checkbox"/> IN INDE</li> <li><input type="checkbox"/> IR IRAN</li> <li><input type="checkbox"/> IS ISLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> IL ISRAËL</li> <li><input type="checkbox"/> JP JAPON</li> <li><input type="checkbox"/> LB LIBAN</li> <li><input type="checkbox"/> MO MACAO, CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> MK MACÉDOINE</li> </ul> </td> <td style="width:33%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> MG MADAGASCAR</li> <li><input type="checkbox"/> MY MALAISE</li> <li><input type="checkbox"/> MA MAROC</li> <li><input type="checkbox"/> MX MEXIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> MD MOLDAVIE</li> <li><input type="checkbox"/> MN MONGOLIE</li> <li><input type="checkbox"/> ME MONTÈNEGRO</li> <li><input type="checkbox"/> NO NORVEGE</li> <li><input type="checkbox"/> NZ NOUVELLE-ZÉLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> PK PAKISTAN</li> <li><input type="checkbox"/> RU RUSSIE (FÉDÉRATION DE)</li> <li><input type="checkbox"/> SN SÉNÉGAL</li> <li><input type="checkbox"/> CS SERBIE</li> <li><input type="checkbox"/> SG SINGAPOUR</li> <li><input type="checkbox"/> LK SRI LANKA</li> <li><input type="checkbox"/> CH SUISSE-LICHTENSTEIN</li> <li><input type="checkbox"/> TH THAÏLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> TN TUNISIE</li> <li><input type="checkbox"/> TR TURQUIE</li> <li><input type="checkbox"/> UA UKRAÏNE</li> </ul> <p><b>PAYS ACCEPTANT LE CARNET A.T.A. SOUS CERTAINES CONDITIONS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> BJ BENIN</li> <li><input type="checkbox"/> BF BURKINA FASO</li> <li><input type="checkbox"/> CF CENTRAFRIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> CG CONGO</li> <li><input type="checkbox"/> GA GABON</li> <li><input type="checkbox"/> ML MALI</li> <li><input type="checkbox"/> MR MAURITANIE</li> <li><input type="checkbox"/> NE NIGER</li> <li><input type="checkbox"/> TD TCHAD</li> <li><input type="checkbox"/> TG TOGO</li> </ul> </td> </tr> </table> <p>À charge pour le titulaire et son représentant de se conformer aux lois et règlements du pays/territoire douanier de départ et des pays/territoires douaniers d'importation./The holder of this Carnet and his representative will be held responsible for compliance with the Laws and regulations of the country/Customs territory of departure and the countries/Customs territories of importation.</p>	<p><input type="checkbox"/> COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> DE ALLEMAGNE</li> <li><input type="checkbox"/> AT AUTRICHE</li> <li><input type="checkbox"/> BE BELGIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> BG BULGARIE</li> <li><input type="checkbox"/> CY CHYPRE</li> <li><input type="checkbox"/> HR CROATIE</li> <li><input type="checkbox"/> DK DANEMARK</li> <li><input type="checkbox"/> ES ESPAGNE</li> <li><input type="checkbox"/> EE ESTONIE</li> <li><input type="checkbox"/> FI FINLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> FR FRANCE</li> <li><input type="checkbox"/> GR GRECE</li> <li><input type="checkbox"/> HU HONGRIE</li> <li><input type="checkbox"/> IE IRLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> IT ITALIE</li> <li><input type="checkbox"/> LV LETTONIE</li> <li><input type="checkbox"/> LT LITUANIE</li> <li><input type="checkbox"/> LU LUXEMBOURG</li> <li><input type="checkbox"/> MT MALTE</li> <li><input type="checkbox"/> NL PAYS BAS</li> <li><input type="checkbox"/> PL POLOGNE</li> <li><input type="checkbox"/> PT PORTUGAL</li> <li><input type="checkbox"/> SK RÉPUBLIQUE SLOVAQUE</li> <li><input type="checkbox"/> CZ RÉPUBLIQUE TCHÈQUE</li> <li><input type="checkbox"/> RO ROUMANIE</li> <li><input type="checkbox"/> GB ROYAUME-UNI</li> <li><input type="checkbox"/> SI SLOVENIE</li> <li><input type="checkbox"/> SE SUÈDE</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> TOUS PAYS</p>	<p><b>PARTIES DE TERRITOIRES ACCEPTANT LE CARNET A.T.A.:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> FR DOM-TOM</li> <li><input type="checkbox"/> ES ÎLES CANARIES</li> <li><input type="checkbox"/> ES CEUTA</li> <li><input type="checkbox"/> ES MELILLA</li> <li><input type="checkbox"/> US PORTO RICO</li> </ul> <p><b>PAYS TIERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ZA AFRIQUE DU SUD</li> <li><input type="checkbox"/> (y compris BOTSWANA, LESOTHO, NAMIBIE, SWAZILAND)</li> <li><input type="checkbox"/> AL ALBANIE</li> <li><input type="checkbox"/> DZ ALGÈRE</li> <li><input type="checkbox"/> AD ANDORRE</li> <li><input type="checkbox"/> AU AUSTRALIE</li> <li><input type="checkbox"/> BY BÉLARUS</li> <li><input type="checkbox"/> BA BOSNIE-HERZÈGOVINE</li> <li><input type="checkbox"/> CA CANADA</li> <li><input type="checkbox"/> CL CHILI</li> <li><input type="checkbox"/> CN CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> KR CORÉE</li> <li><input type="checkbox"/> CI CÔTE D'IVOIRE</li> <li><input type="checkbox"/> AE ÉMIRATS ARABES UNIS</li> <li><input type="checkbox"/> US ÉTATS UNIS</li> <li><input type="checkbox"/> GI GIBRALTAR</li> <li><input type="checkbox"/> HK HONG KONG, CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> MU ÎLE MAURICE</li> <li><input type="checkbox"/> IN INDE</li> <li><input type="checkbox"/> IR IRAN</li> <li><input type="checkbox"/> IS ISLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> IL ISRAËL</li> <li><input type="checkbox"/> JP JAPON</li> <li><input type="checkbox"/> LB LIBAN</li> <li><input type="checkbox"/> MO MACAO, CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> MK MACÉDOINE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> MG MADAGASCAR</li> <li><input type="checkbox"/> MY MALAISE</li> <li><input type="checkbox"/> MA MAROC</li> <li><input type="checkbox"/> MX MEXIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> MD MOLDAVIE</li> <li><input type="checkbox"/> MN MONGOLIE</li> <li><input type="checkbox"/> ME MONTÈNEGRO</li> <li><input type="checkbox"/> NO NORVEGE</li> <li><input type="checkbox"/> NZ NOUVELLE-ZÉLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> PK PAKISTAN</li> <li><input type="checkbox"/> RU RUSSIE (FÉDÉRATION DE)</li> <li><input type="checkbox"/> SN SÉNÉGAL</li> <li><input type="checkbox"/> CS SERBIE</li> <li><input type="checkbox"/> SG SINGAPOUR</li> <li><input type="checkbox"/> LK SRI LANKA</li> <li><input type="checkbox"/> CH SUISSE-LICHTENSTEIN</li> <li><input type="checkbox"/> TH THAÏLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> TN TUNISIE</li> <li><input type="checkbox"/> TR TURQUIE</li> <li><input type="checkbox"/> UA UKRAÏNE</li> </ul> <p><b>PAYS ACCEPTANT LE CARNET A.T.A. SOUS CERTAINES CONDITIONS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> BJ BENIN</li> <li><input type="checkbox"/> BF BURKINA FASO</li> <li><input type="checkbox"/> CF CENTRAFRIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> CG CONGO</li> <li><input type="checkbox"/> GA GABON</li> <li><input type="checkbox"/> ML MALI</li> <li><input type="checkbox"/> MR MAURITANIE</li> <li><input type="checkbox"/> NE NIGER</li> <li><input type="checkbox"/> TD TCHAD</li> <li><input type="checkbox"/> TG TOGO</li> </ul>
<p><input type="checkbox"/> COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> DE ALLEMAGNE</li> <li><input type="checkbox"/> AT AUTRICHE</li> <li><input type="checkbox"/> BE BELGIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> BG BULGARIE</li> <li><input type="checkbox"/> CY CHYPRE</li> <li><input type="checkbox"/> HR CROATIE</li> <li><input type="checkbox"/> DK DANEMARK</li> <li><input type="checkbox"/> ES ESPAGNE</li> <li><input type="checkbox"/> EE ESTONIE</li> <li><input type="checkbox"/> FI FINLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> FR FRANCE</li> <li><input type="checkbox"/> GR GRECE</li> <li><input type="checkbox"/> HU HONGRIE</li> <li><input type="checkbox"/> IE IRLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> IT ITALIE</li> <li><input type="checkbox"/> LV LETTONIE</li> <li><input type="checkbox"/> LT LITUANIE</li> <li><input type="checkbox"/> LU LUXEMBOURG</li> <li><input type="checkbox"/> MT MALTE</li> <li><input type="checkbox"/> NL PAYS BAS</li> <li><input type="checkbox"/> PL POLOGNE</li> <li><input type="checkbox"/> PT PORTUGAL</li> <li><input type="checkbox"/> SK RÉPUBLIQUE SLOVAQUE</li> <li><input type="checkbox"/> CZ RÉPUBLIQUE TCHÈQUE</li> <li><input type="checkbox"/> RO ROUMANIE</li> <li><input type="checkbox"/> GB ROYAUME-UNI</li> <li><input type="checkbox"/> SI SLOVENIE</li> <li><input type="checkbox"/> SE SUÈDE</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> TOUS PAYS</p>	<p><b>PARTIES DE TERRITOIRES ACCEPTANT LE CARNET A.T.A.:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> FR DOM-TOM</li> <li><input type="checkbox"/> ES ÎLES CANARIES</li> <li><input type="checkbox"/> ES CEUTA</li> <li><input type="checkbox"/> ES MELILLA</li> <li><input type="checkbox"/> US PORTO RICO</li> </ul> <p><b>PAYS TIERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ZA AFRIQUE DU SUD</li> <li><input type="checkbox"/> (y compris BOTSWANA, LESOTHO, NAMIBIE, SWAZILAND)</li> <li><input type="checkbox"/> AL ALBANIE</li> <li><input type="checkbox"/> DZ ALGÈRE</li> <li><input type="checkbox"/> AD ANDORRE</li> <li><input type="checkbox"/> AU AUSTRALIE</li> <li><input type="checkbox"/> BY BÉLARUS</li> <li><input type="checkbox"/> BA BOSNIE-HERZÈGOVINE</li> <li><input type="checkbox"/> CA CANADA</li> <li><input type="checkbox"/> CL CHILI</li> <li><input type="checkbox"/> CN CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> KR CORÉE</li> <li><input type="checkbox"/> CI CÔTE D'IVOIRE</li> <li><input type="checkbox"/> AE ÉMIRATS ARABES UNIS</li> <li><input type="checkbox"/> US ÉTATS UNIS</li> <li><input type="checkbox"/> GI GIBRALTAR</li> <li><input type="checkbox"/> HK HONG KONG, CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> MU ÎLE MAURICE</li> <li><input type="checkbox"/> IN INDE</li> <li><input type="checkbox"/> IR IRAN</li> <li><input type="checkbox"/> IS ISLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> IL ISRAËL</li> <li><input type="checkbox"/> JP JAPON</li> <li><input type="checkbox"/> LB LIBAN</li> <li><input type="checkbox"/> MO MACAO, CHINE</li> <li><input type="checkbox"/> MK MACÉDOINE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> MG MADAGASCAR</li> <li><input type="checkbox"/> MY MALAISE</li> <li><input type="checkbox"/> MA MAROC</li> <li><input type="checkbox"/> MX MEXIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> MD MOLDAVIE</li> <li><input type="checkbox"/> MN MONGOLIE</li> <li><input type="checkbox"/> ME MONTÈNEGRO</li> <li><input type="checkbox"/> NO NORVEGE</li> <li><input type="checkbox"/> NZ NOUVELLE-ZÉLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> PK PAKISTAN</li> <li><input type="checkbox"/> RU RUSSIE (FÉDÉRATION DE)</li> <li><input type="checkbox"/> SN SÉNÉGAL</li> <li><input type="checkbox"/> CS SERBIE</li> <li><input type="checkbox"/> SG SINGAPOUR</li> <li><input type="checkbox"/> LK SRI LANKA</li> <li><input type="checkbox"/> CH SUISSE-LICHTENSTEIN</li> <li><input type="checkbox"/> TH THAÏLANDE</li> <li><input type="checkbox"/> TN TUNISIE</li> <li><input type="checkbox"/> TR TURQUIE</li> <li><input type="checkbox"/> UA UKRAÏNE</li> </ul> <p><b>PAYS ACCEPTANT LE CARNET A.T.A. SOUS CERTAINES CONDITIONS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> BJ BENIN</li> <li><input type="checkbox"/> BF BURKINA FASO</li> <li><input type="checkbox"/> CF CENTRAFRIQUE</li> <li><input type="checkbox"/> CG CONGO</li> <li><input type="checkbox"/> GA GABON</li> <li><input type="checkbox"/> ML MALI</li> <li><input type="checkbox"/> MR MAURITANIE</li> <li><input type="checkbox"/> NE NIGER</li> <li><input type="checkbox"/> TD TCHAD</li> <li><input type="checkbox"/> TG TOGO</li> </ul>			
<p><b>H. ATTESTATION DE LA DOUANE, AU DÉPART</b> Certificate by customs at departure</p> <p>a) Apposé les marques d'identification mentionnées dans la colonne 7 en regard du (des) numéro(s) d'ordre suivant(s) de la liste générale/ Identification marks have been affixed as indicated in column 7 against the following item No(s) of the General List: .....</p> <p>b) VÉRIFIÉ LES MARCHANDISES*/Goods examined* Oui/Yes <input type="checkbox"/> Non/No <input type="checkbox"/></p> <p>c) ENREGISTRÉ SOUS LE NUMÉRO.* Registered under Reference No.* .....</p> <p>d) Bureau de douane Lieu Date (année/mois/jour) Signature et timbre Customs Office Place Date (year/month/day) Signature and Stamp</p>		<p><b>I. Signature du délégué et timbre de l'association émettrice/Signature of authorised official and Issuing Association stamp</b></p> <p>..... / .....</p> <p>Lieu et date d'émission (année/mois/jour) Place and Date of Issue (year/month/day)</p> <p><b>J.</b></p> <p>X ..... X Signature du titulaire/Signature of Holder</p>			

À RETOURNER À LA CHAMBRE ÉMETTRICE IMMÉDIATEMENT APRÈS UTILISATION/  
TO BE RETURNED TO THE ISSUING CHAMBER IMMEDIATELY AFTER USE

\*S'il y a lieu / \*If applicable

**ENGAGEMENT**

(à souscrire par le titulaire)

Je soussigné (1) ..... agissant au nom de la  
 Société : .....  
 Adresse : .....  
 Wilaya : ..... Tél : ..... N° R.C. ....  
 m'engage à rapatrier dans les délais prescrits les marchandises, d'une valeur totale de D.A. ....  
 mentionnées sur le carnet A.T.A. ci-joint, ou à acquitter aux autorités douanières du pays d'importation les droits et taxes  
 afférents à leur importation définitive ainsi que les taxes qui pourraient être dues aux autorités douanières algériennes dans  
 le cas de non-justification de réimportation en Algérie dans les délais impartis des marchandises précitées et, d'une façon  
 générale, à respecter toutes les prescriptions en vigueur tant aux termes de la réglementation algérienne que de la  
 réglementation des pays d'importation ou de passage.

Au cas où, sur recours de l'administration des douanes d'un de ces pays, la Chambre Algérienne de Commerce et  
 d'Industrie serait appelée à verser le montant de la caution accordée, je m'engage à lui rembourser immédiatement en  
 dinars convertibles la somme ainsi payée ou la somme éventuellement exigée par les douanes algériennes ainsi que les  
 frais de gestion du contentieux occasionnés par une mauvaise utilisation du carnet A.T.A.

Je me réserve le droit et la charge exclusifs de toute poursuite judiciaire à entreprendre contre l'administration  
 douanière qui aurait fait recouvrer le montant de cette caution si j'estime que sa demande est injustifiée.

Cachet Entreprise (3)       Fait à ..... le .....  
Signature et nom du responsable (2)  
 précédés de la mention "lu et approuvé"

SPECIMEN

CADRE RESERVE A LA CHAMBRE ALGERIENNE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE			
COMPOSITION DU CARNET	CARNET, valable pour les ..... pays suivants :	CONVENTIONS	CARNET N°
Exportation	.....	E. C. .... <input type="checkbox"/>	
Réimportation	.....	F. Ex. .... <input type="checkbox"/>	
Importation	.....	M. P. .... <input type="checkbox"/>	
Réexportation	.....	Autres. .... <input type="checkbox"/>	
Transit	.....	Garantie ..... <input type="checkbox"/> Complémentaire	Emis le ..... Restitué le .....

- (1) Nom du Chef d'Entreprise ou de la personne habilitée à engager financièrement l'Entreprise.
- (2) Doit apparaître ici la signature du Chef d'Entreprise ou de la personne habilitée suivie de la qualité du signataire et son patronyme en LETTRES CAPITALES.
- (3) A reproduire sur tous les feuillets de la liasse.



Annexe 19 : Le questionnaire pour savoir de niveau de préparation des exportateurs :

**1. Avez-vous clairement défini les produits/services à exporter ?**

- a) Oui, avec des spécifications détaillées.
- b) Oui, mais de manière générale.
- c) Non.

**2. Avez-vous identifié les marchés géographiques cibles ?**

- a) Oui, avec une analyse approfondie des opportunités et des défis.
- b) Oui, mais de manière superficielle.
- c) Non.

**3. Avez-vous fixé des objectifs quantifiables (parts de marché, ventes, etc.) ?**

- a) Oui, avec des objectifs réalistes et mesurables.
- b) Oui, mais sans précision.
- c) Non.

**4. Avez-vous étudié la taille et la croissance du marché ?**

- a) Oui, avec des données détaillées et fiables.
- b) Oui, mais avec des données limitées.
- c) Non.

**5. Avez-vous examiné les tendances de consommation et les préférences ?**

- a) Oui, avec des études de marché approfondies.
- b) Oui, mais de manière superficielle.
- c) Non.

**6. Avez-vous analysé la concurrence locale et internationale ?**

- a) Oui, avec une analyse comparative détaillée.
- b) Oui, mais de manière générale.
- c) Non.

**7. Avez-vous identifié les barrières commerciales et réglementaires ?**

Annexe 19 : Le questionnaire pour savoir de niveau de préparation des exportateurs.

- a) Oui, avec une compréhension complète des exigences.
- b) Oui, mais avec une compréhension limitée.
- c) Non.

**8. Avez-vous analysé les facteurs politiques, économiques et juridiques ?**

- a) Oui, avec une analyse approfondie des risques et opportunités.
- b) Oui, mais de manière superficielle.
- c) Non.

**9. Avez-vous compris les aspects culturels et les habitudes de consommation ?**

- a) Oui, avec une étude approfondie des spécificités locales.
- b) Oui, mais de manière générale.
- c) Non.

**10. Avez-vous examiné les infrastructures et la logistique d'importation ?**

- a) Oui, avec une évaluation détaillée des coûts et délais.
- b) Oui, mais de manière superficielle.
- c) Non.

**11. Avez-vous estimé la demande potentielle pour vos produits/services ?**

- a) Oui, avec des prévisions de ventes réalistes.
- b) Oui, mais sans chiffres précis.
- c) Non.

**12. Avez-vous analysé les prix pratiqués par la concurrence ?**

- a) Oui, avec une comparaison détaillée des offres.
- b) Oui, mais de manière générale.
- c) Non.

**13. Avez-vous déterminé une stratégie de prix compétitive ?**

- a) Oui, avec une stratégie de prix bien définie.
- b) Oui, mais sans réelle stratégie.
- c) Non.

**14. Avez-vous identifié les canaux de distribution appropriés ?**

- a) Oui, avec une évaluation des différentes options.
- b) Oui, mais sans analyse approfondie.
- c) Non.

**15. Avez-vous élaboré une stratégie marketing adaptée ?**

- a) Oui, avec un plan marketing complet.
- b) Oui, mais de manière superficielle
- c) Non.

**16. Avez-vous évalué les coûts et les ressources nécessaires ?**

- a) Oui, avec des estimations détaillées.
- b) Oui, mais sans chiffres précis
- c) Non.

**17. Avez-vous identifié les risques potentiels (politiques, financiers, etc.) ?**

- a) Oui, avec une analyse approfondie des risques.
- b) Oui, mais de manière générale.
- c) Non.

**18. Avez-vous évalué les défis liés à la logistique et aux réglementations ?**

- a) Oui, avec une évaluation détaillée des contraintes.
- b) Oui, mais sans analyse approfondie.
- c) Non.

**19. Avez-vous élaboré des stratégies d'atténuation des risques ?**

- a) Oui, avec des plans d'action détaillés.
- b) Oui, mais de manière superficielle.
- c) Non.

**20. Avez-vous compilé toutes les données et analyses ?**

- a) Oui, dans un rapport complet et structuré.
- b) Oui, mais de manière désorganisée.

c) Non.

**21. Avez-vous fourni des recommandations claires sur l'opportunité d'exporter ?**

a) Oui, avec des recommandations bien argumentées.

b) Oui, mais sans argumentation solide.

c) Non.

**22. Avez-vous inclus un plan d'action détaillé en cas de décision favorable ?**

a) Oui, avec des étapes et un calendrier précis.

b) Oui, mais de manière générale.

c) Non.

**23. avez-vous connaissance des documents nécessaires pour l'exportation de vos produits/services ?**

a) Oui, je suis au courant de tous les documents nécessaires.

b) Oui, mais je ne suis pas sûr de tous les documents requis.

c) Non.

**24. Avez-vous des connaissances en matière de propriété intellectuelle et de protection des droits d'auteur à l'étranger ?**

a) Oui, je suis bien informé sur ce sujet.

b) Oui, mais j'ai besoin de plus d'information.

c) Non.

**25. Avez-vous une compréhension générale du système juridique et administratif du pays d'exportation ?**

a) Oui, j'ai une bonne compréhension.

b) Oui, mais j'ai besoin d'approfondir.

c) Non.

## Table des matières

Introduction générale.....	11
Chapitre 1        Le processus d'avant et pendant l'exportation. ....	15
Section (01) : présentation et typologie de l'étude de marché étranger .....	16
1    Définition d'une étude de marché à l'international.....	17
2    Objectif d'une étude de marché .....	17
3    Comment réaliser une étude de marché ?.....	18
3.1    La définition du marché.....	18
3.1.1    Le marché actuel .....	18
3.1.2    Le marché potentiel.....	19
3.2    La détermination de la demande.....	19
3.3    L'analyse de l'offre existante .....	19
3.4    La recherche des fournisseurs.....	19
3.5    L'analyse de l'environnement du projet.....	19
4    Les techniques d'étude des marchés .....	20
4.1    Études des sources secondaires ou recherche documentaire .....	20
4.1.1    Cheminement de la recherche documentaire .....	21
4.1.2    Limites de la recherche documentaire.....	21
4.2    Étude de terrain.....	22
4.2.1    Études qualitatives.....	22
4.2.2    Les études quantitatives .....	22
5    Typologies d'étude de marché .....	23
5.1    Les études exploratoires .....	23
5.1.1    Les objectifs d'une étude exploratoire .....	24
5.2    Les études sur la structure et le fonctionnement d'un marché .....	24
5.2.1    Le produit et la concurrence.....	25
5.2.2    Le prix .....	25
5.2.3    La distribution .....	25
5.2.4    La communication.....	26
Section 02 : Le diagnostic export.....	26
1    Les objectifs du diagnostic export.....	26
2    Le diagnostic interne .....	27

2.1	La capacité de production.....	27
2.2	La capacité financière.....	27
2.3	Les compétences organisationnelles et personnelles.....	29
2.4	Les compétences marketing et logistiques .....	30
3	Diagnostic externe.....	31
3.1	L'analyse du macro-environnement .....	31
3.2	L'analyse de micro-environnement.....	32
Section 3 : les intervenants.....		33
1	Les institutions d'appui .....	33
Conclusion.....		37
Chapitre 2 Les principaux documents pour l'exportation.....		39
Section 1 : Le contrat de vente international.....		40
1	Le contrat de représentation commerciale .....	41
2	Contrat de vente international .....	41
2.1	Effets du contrat de vente international.....	41
2.1.1	Obligations du vendeur .....	41
2.1.2	Obligation de l'acheteur .....	42
2.1.3	Transfert de propriété .....	42
2.1.4	Transfert de risques .....	42
2.2	Éléments constitutifs d'un contrat de commerce international .....	42
2.3	L'acceptation .....	43
3	Les factures en commerce international.....	43
3.1	La facture pro-forma.....	44
3.2	La facture commerciale .....	44
3.3	La facture consulaire .....	44
3.4	Les éléments de la facture .....	44
4	La domiciliation bancaire.....	45
4.1	La domiciliation des exportations.....	45
Section 2 : les principaux documents pour l'export.....		45
1	Documents commerciaux.....	46
1.1	Certificat d'origine ( <i>certificate of origine</i> ).....	46
1.1.1	Modalités pratiques pour l'obtention du certificat d'origine.....	47
1.2	Certificat de conformité ( <i>certificate of conformity</i> ).....	47

1.3	Certificat phytosanitaire des produits végétaux (phytosanitary certificate) .....	48
1.4	Certificat sanitaire vétérinaire (sanitaryveterinary certificate) .....	48
1.5	Certificat de capture ( <i>catch certificate</i> ) .....	48
2	Documents d'expédition .....	49
2.1	Le connaissement ( <i>bill of lading</i> ) .....	49
2.2	La lettre de transport aérien LTA ( <i>air Way bill</i> ) .....	50
2.3	La letter de voiture CMR ( <i>truck bill of lading</i> ) .....	50
2.4	La liste de colisage ( <i>packing list</i> ) .....	51
2.5	Assurance transport marchandise .....	52
3	Documents douaniers .....	52
3.1	La déclaration douanière ( <i>customs déclaration</i> ) .....	52
3.2	Le carnet ATA (admission temporaire/ <i>temporary admission</i> ) .....	53
4	Documents bancaires.....	54
	Section 3 : la logistique internationale et les modes de paiement.....	54
1	Le transport international des marchandises .....	55
1.1	Les modes de transport .....	55
1.1.1	Transport maritime .....	55
1.1.2	Transport routier.....	55
1.1.3	Transport ferroviaire .....	55
1.1.4	Transport aérien.....	56
2	Les Incoterms: Définitions et Rôles .....	56
2.1	Incoterms multimodaux .....	56
2.2	Incoterms Maritimes.....	57
3	Modes et instruments du paiement.....	57
3.1	Les modes de paiement.....	58
3.1.1	Le paiement contre remboursement ( <i>cash on delivery</i> ) .....	58
3.1.2	La remise documentaire .....	58
3.1.3	Le crédit documentaire.....	59
3.1.4	Paiement à l'avance ( <i>advance payment</i> ) .....	60
	Chapitre 3 La présentation du projet .....	62
	Introduction .....	63
	Premier axe : Présentation du projet .....	63
1	L'idée de projet (la solution proposée) .....	63

2	Les Valeurs suggérée .....	64
3	L'équipe .....	64
4	Les objectifs du projet.....	64
5	Le planning de réalisation du projet.....	65
	Deuxième axe : Aspects innovants.....	65
1	La nature des innovations.....	65
2	Les domaines d'innovation.....	65
	Troisième axe : Analyse stratégique du marché.....	65
1	Le segment du marché.....	66
2	La mesure de l'intensité de la concurrence.....	66
3	La stratégie marketing.....	66
	Quatrième axe : Plan de production et organisation .....	67
1	Le processus de production .....	67
2	La main d'œuvre .....	67
3	Les principaux partenaires .....	67
	Cinquième axe : Plan financier .....	68
1	Les coûts et les charges .....	68
2	Le chiffre d'affaires .....	68
3	Les comptes de résultats escomptés .....	69
4	Le plan de trésorerie.....	69
	Sixième axe : Prototype expérimental.....	70
	Conclusion générale .....	79
	Conclusion générale .....	80
	Bibliographie.....	82
	La liste des figures.....	84
	La liste des tableaux .....	84
	La liste des annexes.....	85

## Résumé

La dépendance aux exportations des hydrocarbures constitue un handicap et un déséquilibre pour toute nation. L'Algérie, depuis son indépendance sa politique commerciale repose sur les performances réalisées par le secteur des hydrocarbures.

Dans le but de diversifier ses exportations, l'Algérie a mis en place des mesures d'incitation à l'exportation en hors hydrocarbures, tel que la création des instituts de promotion (CAGEX, ALGEX, FSPE....etc.). Ces instituts ont commençais à donner leurs fruits depuis 2022.

En guise d'aider et d'améliorer la performance des entreprises exportatrices, l'application 'Export Wise' est le meilleur moyen pour les exportateurs Algérien afin de bien préparer et gérer les opérations d'exportation.

Mots clés : commerce international, marketing international, exportation, documents d'exportation.