

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Ecole Nationale Supérieure de Management
Koléa



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للمناجمنت
القلية

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

Master en management de la chaine logistique

**L'importance de la Fonction Achat dans le Commerce
International (Procédure d'Achat à L'importation)
Cas : TONIC INDUSTRIE**

Élaboré par :

HADDAB Ines

Encadré par :

Pr. MEDDAHI Atmane

Année Universitaire 2021/2022

Résumé

L'objet de cette recherche est de faire une étude qualitative basée sur des entretiens pour explorer l'importance de la fonction achat dans le commerce international et d'étudier les différentes étapes appliquées par l'entreprise lors d'un achat à l'importation.

D'après notre recherche nous avons constaté l'importance de la fonction achat par rapport à l'entreprise pour fournir ses besoins en matières premières qui non pas disponible sur les marchés nationaux, ainsi que nous avons vu la complexité de l'opération d'importation qui implique des différents intervenants pour réaliser cette dernière.

Mot clés : Processus d'achat, commerce internationale, crédit documentaire, importation.

الملخص

الهدف من هذا البحث اجراء دراسة نوعية قائمة على المقابلات لاكتشاف اهمية وظيفة الشراء في التجارة الخارجية ;
بالاضافة الى دراسة مختلف المراحل المطبقة من طرف المؤسسة من خلال شرائها من الخارج.

من خلال بحثنا راينا اهمية وظيفة الشراء بالنسبة للمؤسسة لتوفير حاجاتها من مواد اولية الغير متوفرة على مستوى
الاسواق الوطنية ; بالاضافة راينا مدى تعقيد عملية الاستيراد التي تضم اطراف مختلفة لتحقيق هذه الاخيرة.

الكلمات المفتاحية: عملية الشراء; تجارة عالمية; اعتماد مستندي; استيراد.

Abstract

The purpose of this research is to make a qualitative study based on interviews to explore the importance of the purchasing function in international trade and to study the different steps applied by the company during an import purchase.

According to our research we found the importance of the purchasing function in relation to the company to provide its needs in raw materials that are not available on national markets, as well as we saw the complexity of the import operation that involves different sides to achieve the latter.

Key word: Purchasing process, international trade, documentary credit, import.

Remerciements

Je tiens à remercier en premier, le bon Dieu de m'avoir donné la force et le courage pour réaliser ce travail dans de bonnes conditions.

Je présente mes remerciements à tous ceux et celles qui m'ont aidé à élaborer ce modeste travail.

J'exprime une profonde gratitude à mon encadrant Pr MEDDAHI pour son aide précieux, ses conseils et ça grande contribution à ce travail.

Mes remerciements s'adressent également à l'ensemble du personnel de service approvisionnement de l'entreprise TONIC INDUSTRIE, en particulier mon tuteur Mr KOUTER, Mme DJEBBARI et Mr LAMRI qui ont bien eu la gentillesse de m'accueillir au sein de service, et de m'orienter tout le long de mon stage pratique

Toute ma gratitude, s'adresse aussi à ma chère famille et mes amis pour leurs soutiens et amour inconditionné.

Table des Matières

Résumé.....	I
Remerciements.....	II
Table des Matières.....	III
Liste des tableaux.....	V
Liste des figures.....	VI
Listes des abréviations.....	VII
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : REVUE DE LITTÉRATURE ET CADRE CONCEPTUEL.....	5
SECTION I : Revue de littérature.....	6
SECTION II : Cadre conceptuel.....	8
1.Généralité sur la fonction achat.....	8
1.1. Définition de la fonction achat.....	8
1.2. Distinction entre fonction achat et approvisionnement.....	8
1.2.1. La fonction achat.....	8
1.2.2. La fonction approvisionnement.....	9
1.3. Enjeux de la fonction achat.....	9
1.4. La classification des achats.....	10
1.4.1. Les achats stratégiques.....	10
1.4.2. Les achats non stratégiques.....	10
1.5. Les processus achats.....	12
1.5.1. Aspect stratégique.....	12
1.5.2. Aspect opérationnel.....	15
2.Le commerce internationale.....	16
2.1. Définition du commerce internationale.....	16
2.2. Les éléments de base d'une transaction internationale.....	16
2.2.1. Le contrat commercial.....	16
2.2.2. Les incoterms.....	17

2.2.3. Documents décrivant la marchandise.....	19
2.2.4. Documents requis par les services douaniers.....	19
2.2.5. Documents d'assurance.....	20
2.2.6. Documents de transport.....	20
2.3. La démarche d'une opération d'importation.....	20
2.3.1. La domiciliation bancaire.....	20
2.3.2. Le transport des marchandises.....	21
2.3.3. Le dédouanement des marchandises.....	21
2.4. Les instruments de paiement à l'importation.....	21
2.4.1. Le chèque.....	21
2.4.2. Le virement SWIFT.....	22
2.4.3. La lettre de change.....	22
2.4.4. Le billet à ordre.....	22
2.5. Les techniques de paiement à l'importation.....	22
2.5.1. La remise documentaire.....	22
2.5.2. Le crédit documentaire.....	23
CHAPITRE II : CADRE MÉTHODOLOGIQUE ET ORGANISATIONNEL.....	25
SECTION I : Cadre méthodologique.....	25
1. Le contexte de recherche.....	25
2. Les outils de collectes des données.....	26
2.1. La documentation.....	26
2.2. L'observation.....	26
2.3. Les entretiens.....	28
2.3.1. Les types d'entretien.....	28
2.3.2. L'objet d'entretien.....	29
2.3.3. L'objectif d'entretien.....	29
SECTION II : Présentation du terrain de recherche.....	30
1. Présnetation de l'entreprise TONIC INDUSTRIE.....	30

1.1. Historique de l'entreprise.....	30
1.2. Situation géographique.....	31
2.Les domaines de compétences.....	31
3.Les unités de production.....	33
4.Missions et objectives de l'entreprise.....	33
5.Organigramme de l'entreprise.....	34
CHAPITRE III : RÉSULTATS ET DISCUSSION.....	39
SECTION I : Présentation des résultats de l'entretien.....	38
SECTION II : Discussion des résultats.....	45
CONCLUSION.....	49
BIBLIOGRAPHIE.....	51
ANNEXE.....	54
ANNEXE A.....	55
ANNEXE B	57
ANNEXE C	59
ANNEXE D	61
ANNEXE E.....	63
ANNEXE F.....	65

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : LES QUATRES GROUPES DES INCOTERMS.....	17
TABLEAU 2 : LES DÉFINITIONS DES TERMES DE VENTES.....	18

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : LE PROCESSUS D'ACHAT STRATÉGIQUE.....	12
FIGURE 2 :LE PROCESSUS D'ACHAT OPÉRATIONNEL.....	15
FIGURE 3 :LE PROCESSUS DE LA REMISE DOCUMENTAIRE.....	23
FIGURE 4 :LE PROCESSUS DE CRÉDIT DOCUMENTAIRE.....	24
FIGURE 5 :ORGANIGRAMME DE TONIC INDUSTRIE.....	32
FIGURE 6 :ORGANIGRAMME DE LA DIRECTION DES APPROVISIONNEMENTS	35

LISTE DES ABRÉVIATIONS

- **ABC** : Activity basedcosting
- **BADR** : Banque d'agriculture et du développement rural
- **CEO** : Commission d'évaluation des offres
- **CFR** : Cost and freight
- **DAI** : Demande d'achat à l'importation
- **DHL** : Dalseyhillblomlynn
- **ERP** : Entreprise resource planning
- **MRO** : Maintenance,repairs and opérationalmaterial
- **SWIFT**:Society for worlwide interbank financial telecommunications
- **TCO** : Tableau comparatif des offres

INTRODUCTION

Les achats sont en fait le nerf de la guerre pour toutes les entreprises souhaitant s'inscrire dans une politique de réduction des coûts.

La fin de la crise de 1990 a relancé l'économie mondiale en général et par la même occasion les activités des entreprises en particulier. Toutefois, avec la nouvelle donne économique faite d'internationalisation croissante et de mondialisation, la concurrence est devenue très rude, et seules survivent les entreprises qui font preuve d'innovation et d'imagination, d'adaptabilité et surtout de compétitivité face aux exigences et aux besoins de qualité et quantité des consommateurs toujours plus exigeant. Ces entreprises ont tendances à mettre en place des unités spécialisées responsables chacune d'une partie de l'environnement et remplissent chacune l'une des fonctions de base de l'entreprise.

La Fonction Achats est devenue aujourd'hui stratégique puisque son impact sur la performance de l'entreprise est significatif dans de nombreux domaines. Les acheteurs ont ainsi obtenu de nouvelles responsabilités telles que la prospection, la négociation et la sélection des produits ou services répondants aux besoins de l'entreprise.

De façon simple, nous définirons le concept d'achats comme l'ensemble des dépenses externes négociables d'une entreprise, en excluant les dépenses sociales. Se trouvent donc de fait exclus du champ des achats :

- Les salaires et les charges de personnel ;
- Les impôts, taxes, cotisations et dépenses diverses du même ordre ;
- Les subventions, les dépenses de sponsoring et de mécénat (Olivier Bruel, Pascal Ménage, 2019)

Avec le phénomène de la mondialisation, l'accès à des matières premières est devenu éminemment stratégique surtout pour les industriels. Les difficultés d'approvisionnement peuvent devenir fatales pour l'innovation et la production au sein de ces entreprises.

De plus, on peut constater que cette fonction suscite un intérêt croissant pour les entreprises du fait de leur recentrage sur leur activité de base. Ainsi, la part des achats dans le chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter au fur et à mesure que l'entreprise se concentre sur son cœur de métier et confie à des spécialistes chacune de ses activités annexes. C'est pourquoi le domaine des achats apparaît désormais comme un véritable centre de profit puisqu'il représente un potentiel de réduction des coûts de plus en plus important.

C'est pourquoi la Fonction Achats est rapidement passée d'une fonction purement administrative à une fonction négociatrice voire technique selon les organisations.

Le commerce international tel qu'on le connaît aujourd'hui a subi de nombreuses mutations. La diversification des moyens de paiement, les progrès technologiques, techniques, et industriels ont contribué à le faire évoluer, par la diminution des coûts du transport et l'accès aux pays émergents. (Laurie.E, 2013)

Problématique :

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'étudier l'importance de la fonction achat dans le commerce international. Ainsi que notre question principale de recherche peut être posée de la manière suivante :

Quelles sont les étapes à suivre par l'entreprise Tonic industrie afin de réaliser une opération d'achat à l'importation ?

De cette problématique découlent les questions secondaires suivantes et auxquelles on doit répondre durant le déroulement de notre étude :

- Qu'elle est l'importance de la fonction achat au niveau international ?
- Comment gérer correctement les étapes d'une opération d'achat à l'importation ?
- Quel est le choix de technique de paiement à l'importation ?

Présentation du terrain de recherche :

La présente étude s'appuie sur un cas d'un processus d'achat d'une matière première à l'importation de l'entreprise Tonic industrie, située à Bousmail wilaya de Tipaza, cette dernière a été créée en 1996. Elle est spécialisée dans la fabrication de tous types d'emballage en papier et en carton, ainsi que dans l'impression et arts graphique et également dans la récupération et transformation de vieux papier.

L'objectif de l'étude :

L'objectif principal de notre étude est la description des différentes étapes de réalisation de l'opération d'achats de matières premières à l'importation de l'entreprise Tonic industrie et d'observer l'importance de cette opération dans le commerce international.

La méthodologie :

Afin de répondre à notre problématique nous avons opté à une démarche qualitative, qui s'appuie sur la documentation, l'observation et l'entretien. Dans ce contexte, nous avons réalisé des entretiens qualitatifs afin de connaître les procédures d'achat à l'importation.

L'intérêt du thème :

L'intérêt de notre recherche porte en premier lieu sur l'importance de la fonction achat dans le commerce extérieur. Et deuxièmement pour développer nos connaissances sur les opérations et techniques utilisées lors des transactions commerciales à l'international.

Plan de mémoire :

Afin de présenter notre thème de recherche, ce travail sera structuré en trois chapitres.

- Le premier chapitre dédié à la présentation de la revue littérature qui porte sur les études précédentes qui ont une relation avec notre thème, ainsi que le cadre conceptuel, afin de présenter les notions de base de la fonction achat et du commerce extérieur tel que les processus d'achat et les différents techniques et modes de paiements.
- Dans le deuxième chapitre qui sera composé de deux sections. La première sera consacrée à la démarche méthodologique appliquée dans cette recherche ainsi que les outils utilisés

pour la collecte des données. Dans la deuxième section nous allons présenter notre terrain de recherche Tonic industrie.

- Le troisième chapitre présente la partie pratique effectuée au niveau de l'entreprise Tonic industrie, dans la première section, nous avons traité une opération d'importation via le crédit documentaire à partir des entretiens réalisés et la section suivante sera consacrée pour les résultats et discussion.
- Enfin nous clôturons notre travail par une conclusion générale.

**CHAPITRE I : REVUE DE
LITTÉRATURE ET CADRE
CONCEPTUEL**

Dans cette étude nous allons réaliser en premier lieu, la revue de littérature dans le but de bien cerner notre problématique, nous avons consulté quelques études antérieures réalisées sur des problèmes voisins du problème posé qui vont nous permettre d' étoffer. Dans la deuxième section, nous avons présenté la fonction achat, à savoir la distinction entre achat et approvisionnement, et les différents enjeux et classification des achats, nous avons ainsi détaillé les processus d'achat. Enfin nous avons traité la notion du commerce internationale, son évolution, les techniques et instruments de paiements utilisés lors d'une opération d'importation.

SECTION I : Revue de littérature

La fonction achats, considérée comme une fonction support et largement dépensière, constitue désormais une fonction stratégique créatrice de la valeur pour les entreprises. Sa contribution reste tributaire de sa perception par la direction et par les autres fonctions. Bien que l'importance du statut élevé des achats et sa contribution à la performance des entreprises aient été reconnues ces dernières années, sa conceptualisation reste largement ignorée.

Selon (ZGHAIDA. A, 2020) Définissent le statut d'achat par rapport à son rôle stratégique et sa considération par la direction générale comme fonction égale aux autres. A l'aide d'une enquête sur 739 entreprises, les chercheurs démontrent l'importance du statut pour la mise en place d'une stratégie des achats, surtout en termes de planification, de la mise en œuvre, de l'évaluation et du contrôle à long terme des activités d'achat. Pour eux, le statut de la fonction d'achat est positivement lié au niveau d'achat stratégique dans l'entreprise

Les activités opérationnelles sont celles qui garantissent la continuité des opérations, telles que la négociation de contrats, la passation de commandes, la facturation et le paiement des fournisseurs, ainsi que les contrôles et vérifications.

(Laurence.V(, 2018) Dans sa thèse de doctorat « Contribution de la fonction achats dans le processus d'innovation des industries agro-alimentaires » Il a utilisé le questionnement épistémologique qui permet d'explicitier de manière transparente son approche de la recherche, et la qualité des connaissances apportées. L'objectif de sa recherche porte sur la caractérisation de la contribution de la fonction Achats dans le processus d'innovation et d'expliquer les facteurs d'influence de cette contribution, ainsi, de définir les rôles et contributions des acheteurs. L'un des principaux défis de la fonction Achats est « le déséquilibre entre l'importance relative des ressources externes et les capacités organisationnelles pour gérer ces ressources externes. ». Sur la base de ses résultats obtenue lors de cette recherche, il a conclu que la contribution réussie de la fonction Achats dans le processus d'innovation n'est pas l'affaire d'une performance particulière des facteurs intra-organisationnels et inter-organisationnels mais plutôt le fruit d'une performance équilibrée sur l'ensemble de composantes.

Selon (Gwenaëlle.O, 2010) dans son article intitulé « Achats à l'international : le paradoxe de l'utilisation d'une plateforme d'e-sourcing par une PMI » a pour objet d'analyser une apparente contradiction touchant les activités d'achats à l'international. D'une part, la systématisation, voire la standardisation, du processus de sélection et d'évaluation des fournisseurs distants, supportée par l'utilisation de technologies de l'information, dites d'e-sourcing, semble manifeste. La méthodologie qualitative retenue est celle de l'étude d'un cas unique - une PMI du secteur automobile - orientée sur l'utilisation d'une place de marché électronique

(SourcingParts). Ils nous ont montré, qu'en dépit d'une volonté d'alignement effectif des technologies sur la stratégie achats de la PMI, le rôle de la plateforme n'est finalement pas essentiel dans la sélection de fournisseurs stratégiques et distants dès lors que la pérennité de la relation commerciale est privilégiée.

D'après la recherche de (Naouel Makaoui, 2018) « Achats responsables et création de valeur partagée : Les cas VEOLIA et LA POSTE » qui porte sur la création de valeur partagée dans le cadre d'une démarche d'achat responsable. Ils ont suivi une méthodologie qualitative basé sur 9 entretiens avec les responsables achats et leurs fournisseurs ainsi sur l'analyse des données pour mieux comprendre comment et pourquoi la collaboration donneuse d'ordres-fournisseur créé-t-elle de la valeur ajoutée. L'étude a mené les résultats suivants :

- L'importance de la collaboration fournisseur dans la création de la valeur partagée et confirment les trois leviers de création de la valeur de Porter et Kramer (2011).
- Ils mettent également en avant le rôle de catalyseur de la RSE dans le cas particulier des achats responsables.

D'après (Fatiha.N, 2018) dans leur article « Fonction achats et supplychain management, entre collaboration et prédation : étude de cas » traite la fonction achats de production dans un contexte du supplychain management (SCM). Il souligne la problématique de l'intégration de cette fonction au sein de ce processus. Cette recherche est fondée sur une démarche qualitative. Elle s'appuie sur 11 entretiens semi-directifs, une participation active d'une durée de 6 mois, un journal de bord et une étude de documents internes. L'intérêt principal de ce travail est double. D'une part, nous identifions la valeur ajoutée de la fonction achats dans le processus SCM du secteur industriel et particulièrement dans les projets d'ingénierie. D'autre part, nous construisons une matrice des typologies de contraintes de la fonction achats. Les résultats obtenus indiquent l'importance de la valeur ajoutée de la fonction achats de production. Cependant, la mise en œuvre et l'implication stratégique des acheteurs semblent être du « bricolage stratégique » et débouche sur une imbrication complète de contraintes tant internes qu'externes.

Selon la recherche de (Catherine.P, 2016) qui s'intitule « Rapprocher achats et marketing dans l'entreprise : Mieux collaborer en interne pour mieux collaborer en externe », l'objectif de leur travail était d'évaluer les modalités et les difficultés d'articulation de la fonction achats vers la fonction marketing au sein d'une même entreprise. Ils ont suivi une méthode qualitative qui porte sur des entretiens menés auprès des différentes parties prenantes internes impliquées dans la mise en œuvre d'une meilleure articulation entre les achats et le marketing. Les résultats de cette recherche montrent que les relations de collaboration entre fournisseurs en amont et clients en aval sont des lieux de création de valeur fondés sur de nouvelles combinaisons de ressources. Les implications managériales de cette étude peuvent être repérées à plusieurs niveaux :

- En premier lieu ce travail peut être vu comme questionnant à nouveau les managers sur le rôle qu'ils entendent faire jouer aux achats.
- Un deuxième apport pour les managers est à situer au niveau de l'importance des moyens organisationnels à déployer pour répondre aux évolutions des relations inter-organisationnelles vers une plus grande dimension collaborative.

SECTION II : cadre conceptuel

1. Généralités sur la fonction achat

1.1. Définition des achats

De façon simple, nous définirons le concept d'achats comme l'ensemble des dépenses externes négociables d'une entreprise, en excluant les dépenses sociales.

Par conséquent, les éléments suivants sont exclus du champ d'application des marchés :

- Les salaires et charges de personnel ;
- Taxes, droits, contributions et frais divers pour une même commande ;
- Subventions, parrainages et frais de parrainage. ((MÉNAGE, 2019)

« La fonction achats est définie comme la fonction responsable de l'achat de biens ou de services nécessaires à toute opération commerciale ». ((BRUEL.O, 1996)

« Le marketing des achats est la recherche de l'acquisition de produits sur le marché des fournisseurs dans les meilleures conditions de rentabilité pour l'entreprise en fonction de la demande actuelle et future ». ((PERROTIN.R, 2001)

1.2. Distinction entre fonctions achats et approvisionnements :

Souvent encore, les deux vocables sont utilisés indifféremment et sans discernement. En fait ils ne recouvrent pas du tout la même notion.((MÉNAGE, 2019, p. 8)

1.2.1. La fonction achats

Nous définirons la fonction Achats comme la fonction responsable de l'acquisition des produits, biens et services nécessaires au fonctionnement d'une entité ou entrant dans les produits ou services que cette entité produit et vend.

Une mission doit en général être assortie d'objectifs opérationnels clairs. Ainsi, selon les enjeux que nous avons abordés précédemment, les Achats doivent remplir cette mission dans les meilleures conditions possible aux plans économique (prix/couts), de qualité, de livraison et de service, ainsi qu'en termes de sécurité des actes d'achat et d'approvisionnement. De fait, la fonction Achats comporte ainsi une dimension stratégique et tactique importante autant qu'un versant opérationnel.((MÉNAGE, 2019)

1.2.2. La fonction approvisionnements

On parle principalement de fonction approvisionnements dans le domaine des entreprises industrielles ou du secteur de la distribution. Cela concerne l'exécution opérationnelle de l'achat, la fonction approvisionnements s'inscrivant fonctionnellement dans le management de la supplychain.

Cette fonction traite ainsi de la planification et de la gestion des flux physiques entre l'entreprise et ses fournisseurs, incluant les problématiques de commande ou d'appels de livraison, de gestion des stocks, de magasinage et de logistique liée au transport amont.

Ainsi définie, cette fonction correspond donc à l'exécution et à la gestion opérationnelle des contrats d'achat : elle est complémentaire et directement connexe de la fonction achats. De plus, les problématiques d'optimisation et de sécurité des approvisionnements doivent être intégrées dans les contrats d'achat comme on le verra plus loin.

Dans le cas des entreprises non industrielles, on est également confronté à la question des approvisionnements pour les achats indirects récurrents, généralement encadrés par un contrat d'achat, qu'il s'agisse de fournitures de bureau, de fournitures de petit matériel informatique, de pièces pour la maintenance des bâtiments (par exemple : matériel électrique), etc.(MÉNAGE, 2019)

1.3. Enjeux de la fonction achat

La fonction achats est responsable du processus d'acquisition et d'approvisionnement des biens et services nécessaires à la production et au fonctionnement de l'entreprise.(SALVIAC.E, 2009, p. 18)

La fonction achats et supplychain couvre principalement l'ensemble des activités suivantes :

- **Détecter les besoins** : Définir, prédire et formaliser les besoins internes au niveau nécessaire, en amont des spécifications produits (analyse de la valeur).
- **Marketing opérationnel de l'approvisionnement** : aligner la segmentation stratégique du mix d'approvisionnement avec les objectifs stratégiques de l'entreprise ; avoir un aperçu des offres sur les marchés des fournisseurs et faire connaître l'entreprise sur ces marchés ; rechercher des opportunités (par exemple, des observations technologiques pour identifier des technologies ou des processus alternatifs) pour améliorer la performance globale de l'entreprise.
- **Trouver de nouveaux fournisseurs** : Identifiez, testez et qualifiez les fournisseurs pour créer un groupe de fournisseurs partagé au sein de l'entreprise en tant que contact prioritaire.
- **Gérer le processus d'appel d'offres** : de la rédaction à la révision, pour orienter et orienter les décisions de sélection.
- **Contractualisation** : Définir et négocier les termes économiques (prix, financement) et juridiques (contractuels) puis s'engager auprès de l'entreprise.

- **Assurer les opérations de logistique et d'approvisionnement** : Assurer le niveau de service requis dans la chaîne d'approvisionnement en termes d'organisation et de systèmes d'information. Cela comprend, entre autres, les prévisions, la gestion des stocks et la gestion des expéditions, des livraisons et des réclamations et litiges jusqu'à ce que les besoins du client soient satisfaits.
- **Gérer les relations avec les fournisseurs** : s'assurer de la bonne exécution des contrats et de la performance des fournisseurs (par exemple, augmentation de la productivité, réduction des coûts, etc.).
- **Fonction Achats Gérés** : Gérer les aspects économiques (performance) et les piloter en permanence, de l'identification des risques jusqu'à leur atténuation.(SALVIAC.E, 2009)

1.3. La classification des achats :

Les achats se divisent généralement en deux catégories :(PERROTIN.R, 2001)

1.4.1. Les achats stratégiques (achats directs)

Il s'agit d'achats liés au cœur métier de l'entreprise. Dans la plupart des grandes entreprises, ces achats sont gérés par des professionnels de l'approvisionnement et constituent donc généralement un poste de coût bien optimisé. Les acheteurs ont des compétences pointues en matière de sourcing, les outils ont été adaptés et l'enjeu est plutôt de mesurer la performance et d'améliorer les conditions d'achat.

Les tendances économiques suggèrent que les entreprises se recentrent sur leurs activités stratégiques afin d'y allouer l'essentiel de leurs ressources humaines et financières. Pour ce faire, ils externalisent, sous-traitent ou vendent des activités connexes, convertissant ainsi les coûts fixes en coûts variables.

1.4.2. Les achats non stratégiques (achats indirects)

Appelés également les achats MRO (Maintenance, Repairs and Operationalmaterial), qui sont tous les achats qui ne font pas partie de la fabrication directe du produit et qui sont utilisés pour soutenir les activités de l'entreprise (ex : transport, informatique, maintenance, fournitures de bureau, voyages d'affaires), sont considérés comme routiniers et représentent des incontournables dépenses de l'entreprise.

Longtemps mal appréhendés car réduits à l'arrière-plan des achats hors production, ils se distinguent des achats de production par trois caractéristiques :

- **Des frais administratifs importants** : du fait que ces achats n'ont pu pas les rationalisés, ils sont effectués auprès de nombreux fournisseurs et génèrent de nombreuses commandes, ce qui a pour conséquence un coût administratif important, donc leur rationalisation intervient très rapidement des gains importants.

- **Clients internes à l'entreprise** : Les clients de ce type d'achat représentent l'ensemble des salariés de l'entreprise et ont des attentes différentes selon le service auquel ils appartiennent et leur fonction dans l'entreprise.

- **Des achats les plus simples aux plus complexes** : les achats hors production vont des achats opérationnels (stylos, bureaux, ordinateurs, entretiens, etc.) aux achats plus "stratégiques" comme les logiciels high-tech, les prestations intellectuelles (Ex. conseil stratégique), formation.

La difficulté de répertorier ces achats tient principalement au fait qu'il n'existe pas de normes et que chaque entreprise a son propre segment, en fonction de sa taille, de son secteur d'activité et de son cœur de métier.

Pour la classification, les entreprises peuvent utiliser la méthode ABC (ActivityBasedCosting) déterminer :

- **Catégorie A** : 20% des achats représentent 80% du coût.
- **Catégorie B** : Les 30 % suivants représentent 15 % du coût.
- **Catégorie C** : Les 50% restants représentent 05% du coût.

Par conséquent, les produits classés en A sont stratégiques, tandis que les achats de B et C sont non stratégiques.

état. De plus, une deuxième boucle de rétroaction est formée en mesurant la satisfaction des clients internes, littéralement “La survie de la fonction achat de l’entreprise”.

La plupart des étapes qui composent le processus stratégique reposent sur des outils qui peuvent être résumés comme suit :(J, 2007)

A) La définition des besoins : elle est à la fois qualitative et quantitative et fait appel à des outils tels que :

- L’analyse fonctionnelle,
- Le plan industriel et commercial.

L’analyse fonctionnelle :

Elle permet, pour décrire un produit ou un service, de raisonner en « s’est fait pour » et non pas en « s’est fait de ».

Elle peut être utilisée en :

- Développement de nouveaux produits,
- Réduction de coûts sur produits existants.

Elle s’appuie sur le fonctionnement de groupes projets (d’où l’émergence d’une fonction acheteur projet).

Son emploi pour les achats est d’un intérêt certain :

- On ne s’enferme pas a priori dans une solution technique donc on peut maintenir ouvert le champ de la concurrence,
- On peut utiliser le concept de taux d’échange : contrepartie financière à une moindre exigence sur les résultats attendus d’un besoin à satisfaire,
- L’acheteur peut rapprocher les exigences fonctionnelles du groupe projet avec les standards du marché de l’offre fournisseurs.

Le plan industriel et commercial :

Il s’agit de la partie applicative des progiciels type ERP.

Cet outil traite de tous les articles nomenclatures dans les produits finals de l’entreprise. Il assure la liaison entre la fonction achats (contrat-cadre ou accord-cadre) et la fonction approvisionnements (appels de livraison). La notion d’horizon est extrêmement intéressante puisque l’on peut obtenir :

- Des prévisions de consommation annuelle,
- Des programmes de livraison sur un horizon défini.

B) La démarche marketing :

Il s’agit d’une approche structurée qui comprend :

- Répartition des achats par famille technologique,
- Mesurer les enjeux quantitatifs par segment de marché et position concurrentielle (fournisseurs utilisés),

•Étude de marché : offre et demande :

- pré-évaluation des fournisseurs potentiels,
- Mesurer les concurrents d'approvisionnement direct et indirect ?
- Analyse des contraintes (techniques/commerciales, internes/externes),
- Le positionnement des composants dans la matrice risque/bénéfice induit des changements dans les stratégies possibles.

C) L'évaluation du fournisseur :

Une méthode d'établissement d'un groupe de fournisseurs, une base de données de fournisseurs, décrit les fournisseurs possibles pour consultation par le service des achats.

On distingue généralement :

- Les fournisseurs stratégiques : ils correspondent au segment au meilleur risque-profit, avec lesquels nous pouvons nouer des alliances de partenariat,
- Des fournisseurs actifs,
- Des fournisseurs connus,
- Des fournisseurs interdits.

Le processus d'évaluation des fournisseurs doit être aligné sur la mesure de la performance des fournisseurs afin que les fournisseurs puissent être pris en compte pour le maintien dans le groupe.

D) Consultation et négociation avec les fournisseurs :

• **Consultation** : est une étude de marché (basée sur un groupe de fournisseurs) incluant :

- Procédures (conditions de consultation),
- Documents de consultation (aspects administratifs et techniques, méthode de ventilation des prix).

• **Inspection** : Il s'agit d'une méthode d'analyse comparative des offres reçues (critères d'évaluation, facteurs de pondération, méthode décroissante standard, répartition entre mesure quantitative (85 %) et mesure qualitative (15 %)).

• **Négociation** : Une relation en face à face (acheteur/fournisseur) aboutit à la sélection du fournisseur après identification des éléments clés du contrat avec le fournisseur.

E) Contractualisation :

Il s'agit d'un lien juridiquement contraignant entre l'acheteur et le vendeur (la volonté mutuelle des parties, l'accord de la volonté).

On peut désormais distinguer 4 approches :

• **Accord-cadre** : utilisé pour désigner l'accord, il est généralement utilisé pour les marchés publics et la structure décentralisée peut comparer le prix de l'accord-cadre avec le prix qu'elle peut obtenir localement par ses propres méthodes.

- **Contrat-cadre** : c'est le support juridique associé au partenariat. C'est presque toujours annuel. Il n'est pas le seul opérationnel, car il est lui-même accompagné d'un appel de livraison résultant du calcul de la demande ci-dessus.

- **Contrat** : Autosuffisance. Principalement utilisé pour les achats d'investissement (immobilier, équipements industriels, systèmes d'information, recherche, etc.).

- **Le bon de commande** : c'est le terme le plus usuellement utilisé, mais qui est juridiquement incorrect (bon de commande + acceptation = contrat). Il devrait être aujourd'hui utilisé de manière résiduelle quand l'une des trois autres formes n'a pas été retenue. Son utilisation est recommandée quand :

- Le risque sur l'achat est très faible,
- Le coût du transfert marginal.

Il est toujours complété par des conditions générales d'achats.

E) L'exécution :

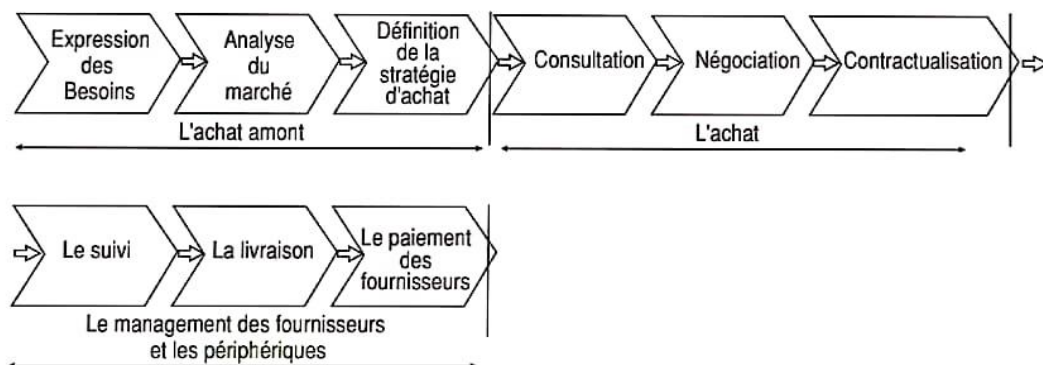
Elle nécessite deux outils :

- Une mesure de la satisfaction « clients internes »,
- Une mesure de la performance fournisseurs corrélée avec l'évaluation fournisseurs (cette mesure doit prendre en compte un taux de service global, un plan de progrès).

1.5.2. Aspect opérationnel :

Pour étudier les différentes étapes de l'acte d'achat, il est intéressant de les modéliser en ligne selon un schéma que nous appelons la chaîne de valeurs achats.(J, 2007)

Figure 2 : Le processus d'achat opérationnel



Source : PERROTIN, Roger, et François SOULET de BRUGIÈRE (2007), Le manuel des achats processus, management, audit, p59.

Ce processus d'achat actionnable permet de visualiser toutes les étapes qui mènent au comportement d'achat, car il est nécessaire de comprendre de manière prévisible le marché et d'identifier les vulnérabilités d'approvisionnement à court, moyen et long terme.

Par conséquent, afin d'obtenir cette chaîne de valeur, il est nécessaire de vérifier si différentes options stratégiques ont été prises pour les projets en cours de construction ou pour l'achat avant de consulter le marché des fournisseurs.

2. Le commerce international

Le commerce international est devenu une variable importante dans le monde économique contemporain ; il manifeste la complémentarité et l'imbrication des producteurs et des consommateurs des différents pays et il affecte l'autonomie des politiques économiques.

2.1. Définition du commerce international

Le commerce international est souvent défini comme un commerce entre plusieurs pays, mais les auteurs ont montré que le commerce international est beaucoup plus complexe. (ATSE, 2007)

(Brunn.D, 1986) Explique que, tel qu'envisagé au XXe siècle, le commerce international ne représente qu'une partie des transactions économiques internationales, portant sur les biens matériels et les services. Sa définition exclut d'autres catégories de transactions internationales, telles que les transferts de revenus ou les flux de capitaux, le commerce international enregistre les échanges de biens matériels et de services. Le premier comprend deux groupes : les produits primaires et les biens ou produits manufacturés. Ces derniers sont définis en termes de différentes opérations de service.

(Sandretto.R, 1993) Ajoute que traiter le commerce international comme un commerce entre pays est une simplification pratique mais dénuée de sens. Les échanges internationaux sont le résultat du centre des décideurs (entreprises, pays, individus) et de plus en plus des activités des entreprises multinationales.

Par ailleurs, (al, 2000) mentionnent des acteurs du commerce international. Ils insistent sur le fait que : « Acte commercial complexe, la transaction internationale fait intervenir de nombreux acteurs qui ont chacun un regard particulier sur la transaction ».

2.2. Les éléments de base d'une transaction internationale

On peut retenir les trois suivantes :

2.2.1. Le contrat de vente international

Le contrat de vente international est un processus d'exportation ou d'importation repose sur l'accord de deux parties un acheteur et un vendeur. Généralement, ce consentement se matérialise dans un contrat de vente, qui précise la répartition des obligations, des frais et de risques. Aussi ; des différences culturelles importantes pourront compliquer la négociation ; la rendant parfois longue et difficile. Le contrat faciliter les échanges et, surtout ; évitées contestations. Différentes règles encadrent le contrat de vente internationale dans un objectif d'harmonisation et de faciliter des échanges internationaux. (NAJI.J, 2005)

2.2.2. Les incoterms

L'acronyme Incoterms représente les abréviations anglaises qui expriment les termes commerciaux internationaux. Il existe 13 Incoterms qui définissent les caractéristiques des types de vente les plus répandus sous des "noms succincts et standardisés".

- **Les quatre familles des Incoterms 2000**

Les Incoterms sont divisés en quatre groupes. Dans chacun, la première lettre porte un sens qui annonce une fonction spécifique. Les deux autres lettres viennent finaliser la portée finale du terme.

Ainsi les quatre lettres E, F, C, D, correspondent aux ventes suivantes :(ANTOINE.H, 2006)

Tableau 1 : Les quatre groupes des Incoterms

La lettre E de l'incoterm EXW signifie "Départ"	Le vendeur met la marchandise à la disposition de l'acheteur au lieu convenu
La lettre F des incoterms FCA, FAS, FOB, signifie "Transport principal non acquitté"	Le vendeur doit livrer la marchandise à un transporteur désigné par "acheteur"
La lettre C des incoterms CFR, CIF, CPT, CIP, signifie "Transport principal acquitté"	Le vendeur doit conclure le contrat de transport sans assumer les risques de perte ni les frais ultérieurs à l'embarquement.
La lettre D des incoterms DAF, DES, DEQ, DDU, DDP, signifie "Livraison à l'arrivée" (Delivered)	Le vendeur assume les coûts et les risques de la livraison jusqu'au pays de destination.

Source: Jan Ramberg (1999) "ICC Guide to Incoterms 2000, The Essential Understanding and Practical Use", p39.

- La définition de chacun des treize Incoterms 2000 :

Tableau 2 : Les définitions des termes de vente

Groupe	Code	Mode de transport	Livraison, Transfert des risques, et transfert de frais
E	EXW A l'usine (...lieu convenu)	Multimodal	Le vendeur effectue la livraison en mettant la marchandise individualisée dans le lieu convenu à la disposition de l'acheteur et ce, sans accomplissement de formalités douanières à l'exportation et sans chargement.
F	FCA Franco transporter (...lieu convenu)	Multimodal	Le vendeur livre la marchandise dès lors que celle-ci, dédouanée à l'exportation, a été mise à la disposition du transporteur nommé par l'acheteur, au lieu convenu.
	FAS Franco le long du navire (... Port d'embarquement Convenu)	Maritime Fluvial	Le vendeur effectue la livraison en plaçant la marchandise le long du navire dédouanée à l'exportation au port d'embarquement convenu.
	FOB Franco a bord (... Port d'embarquement Convenu)	Maritime Fluvial	Le vendeur livre, lorsque la marchandise, dédouanée à l'exportation, a passé le bastingage du navire dans le port d'embarquement convenu.
C	CFR Cout et fret (...port de destination convenu)	Maritime Fluvial	Le vendeur livre, lorsque la marchandise, dédouanée à l'exportation, a passé le bastingage dans le port d'embarquement convenu. Après la livraison, les risques passent à l'acheteur. Le vendeur doit payer en sus les coûts et le fret jusqu'à destination.
	CIF Cout, assurance et fret (...port de destination convenu)	Maritime Fluvial	Le vendeur livre, lorsque la marchandise, dédouanée à l'exportation, a passé le bastingage dans le port d'embarquement convenu. Après la livraison, les risques passent à l'acheteur. Le vendeur doit payer en sus les coûts, le fret et l'assurance du transport maritime jusqu'à destination.
	CPT Port payé jusqu'à (...lieu de destination convenu)	Multimodal	Le vendeur livre la marchandise, dédouanée à l'exportation au transporteur nommé par ses soins. Le vendeur assume les frais de transport jusqu'à la destination convenue.
	CIP Port payé, assurance comprise (...lieu de destination convenu)	Multimodal	Le vendeur livre la marchandise, dédouanée à l'exportation au transporteur nommé par ses soins. Le vendeur assume les frais de transport et d'assurance de transport jusqu'à la destination convenue.
D	DAF Rendue frontière (...lieu convenu)	Multimodal	Le vendeur livre lorsqu'il met la marchandise dédouanée à l'exportation sans être déchargée à la disposition de l'acheteur, au lieu frontalier convenu.
	DES Rendu es ship (...port de destination convenu)	Maritime Fluvial	Le vendeur livre lorsqu'il met la marchandise non dédouanée à l'importation, à la disposition de l'acheteur, à bord du bateau dans le port destination convenu.
	DEQ Rendu à quai (...port de destination convenu)	Maritime Fluvial	Le vendeur livre en mettant la marchandise, non dédouanée à l'importation, à la disposition de l'acheteur au quai du port de destination convenu.
	DDU Rendu droit non acquittés (...lieu de destination convenu)	Multimodal	Le vendeur livre lorsqu'il soumet à l'acheteur, par tout véhicule de transport à destination, la marchandise non déchargée, non dédouanée à l'importation.
	DDP Rendu droit acquittés (...lieu de destination convenu)	Multimodal	Le vendeur livre lorsqu'il soumet à l'acheteur, par tout véhicule de transport à destination, la marchandise non déchargée, dédouanée à l'importation.

Source: Jan Ramberg (1999) "ICC Guide to Incoterms 2000, The Essential Understanding and Practical Use",

Selon Il existe 4 grands types de documents de transaction :(Choinel.A, 2000)

2.2.3. Documents décrivant la marchandise

Ces documents fournissent des informations utiles sur la marchandise (son prix, son origine...) et se présentent sous 4 formes :

- **Facture commerciale**

Établi par le vendeur sur son papier à en-tête au nom de l'acheteur, indiquant le détail des marchandises et le décompte des sommes que l'acheteur lui doit ; il précise également les conditions de vente (comptant, crédit, durée, etc..). Ce document est un élément indispensable à l'acheteur pour le dédouanement de la marchandise. Elle pourrait également permettre aux acheteurs d'enregistrer des transactions auprès de banques intermédiaires agréées.

- **La facture définitive**

Le document de base qui concrétise une opération commerciale. Elle devra donc le jour après l'envoi par l'importateur du bon de commande, elle est établie par le fournisseur.

- **La note de poids**

La note de poids ou liste de poids est un document destiné à certifier quantitativement la marchandise expédiée. Il peut être délivré par un peseur privé ou par le vendeur. (Priami, 2002)

- **La liste de colisage**

Un document plus complet que la note de poids, qui fait ressortir les caractéristiques des divers colis constituant une expédition (nombre, poids, marque...). Il permet, mieux que la facture, de vérifier si les stipulations de la commande, telles que précisées dans le crédit documentaire, sont respectées.

- **Certificats de qualité**

Ce document d'une grande importance dans le commerce international indique les résultats de l'analyse des marchandises vendues avant expédition, garantissant ainsi qu'elles sont en bon état et conformes aux spécifications techniques figurant dans le cahier des charges.

2.2.4. Documents requis par les services douaniers

Ces documents sont produits pour permettre l'entrée et le dédouanement des marchandises dans le pays de l'acheteur.

- **Facture douanière**

La facture douanière reproduit les signes de base de la facture commerciale sous les noms conjoints de l'exportateur et du témoin et certifie l'origine de la marchandise. Certains pays anglo-saxons exigent le dédouanement des marchandises.

- **Facture consulaire**

La forme et le libellé de ce document varient d'un pays à l'autre et doivent mentionner une description détaillée des marchandises ainsi que la langue nationale du destinataire et généralement les droits de douane du pays. Elle doit également indiquer la valeur, le poids brut et le poids net et prouver l'origine des marchandises. Enfin, il doit être authentifié par le consulat du pays de l'importateur.

- **Certificat d'origine**

Il s'agit d'une déclaration dûment signée (par la chambre de commerce locale) pour certifier au pays importateur l'origine des marchandises achetées afin qu'il puisse exercer et contrôler les marchandises, ainsi pour calculer les droits de douane.

- **Certificat de circulation**

Agréé pour installation à la demande du vendeur dans les pays membres de l'Union Européenne ou liés par des accords particuliers, un certificat de circulation permet à l'acheteur de bénéficier du taux de change dit du marché commun lors du dédouanement de la marchandise.

- **Certificat sanitaire ou phytosanitaire**

De nombreux pays importateurs exigent que tous les produits agricoles aient des certificats phytosanitaires. Ce certificat est délivré par l'autorité locale de l'exportateur et certifie que le produit du pays exportateur est sain.

2.2.5. Documents d'assurance

Un document d'assurance est un document délivré par une compagnie d'assurance ou son représentant pour garantir que l'assuré sera indemnisé pour les risques couverts par le contrat en cas de dommages aux marchandises en transit.

Les principaux documents d'assurance comprennent :

- La police d'assurance
- Le certificat d'assurance
- Les documents douaniers

2.2.6. Documents de transport

- Le connaissement maritime
- Lettre de transport aérien LTA
- La lettre de voiture CMR

2.3. La démarche d'une opération d'importation

Pour la réalisation de cette opération il faut suivre les procédures suivantes :

2.3.1. La domiciliation bancaire

La domiciliation est une formalité administrative qui assure le suivi et le contrôle d'une opération d'importation dès son ouverture jusqu'à son achèvement. C'est aussi une procédure

qui permet de donner aux opérateurs initiés une assise légale conformément à la réglementation du commerce extérieur. (Kamel.Ch, 2004, p. 100)

2.3.2. Le transport des marchandises

La politique logistique de l'entreprise conduit à rechercher des solutions transport faisant intervenir un mode de transport, des techniques et des contraintes spécifiques.

Chaque mode de transport présente des avantages et des inconvénients qui peuvent être déterminants dans le choix de la solution transport. (Ghislaine.L, 2008, p. 16)

2.3.3 Le dédouanement des marchandises

Quatre phases essentielles à la procédure de dédouanement :

- **La conduite en douane**

La conduite en douane consiste à acheminer les marchandises importées, réimportées destinées à être exportées ou réexportées vers un bureau de douane compétent pour être soumises au contrôle douanier. Le transporteur des marchandises est astreint à des obligations lors de la conduite en douane des marchandises importées ou destinées à être exportées.

- **La mise en douane**

La mise en douane consiste à déclarer de façon sommaire le chargement transporté. Elle s'exerce dès l'arrivée des marchandises au bureau de douanes.

- **Le déchargement des marchandises**

Le déchargement des marchandises est effectué après autorisation des services des douanes, sous leur surveillance et en leur présence ;

Les marchandises sont déchargées dans les magasins, aires de dépôt temporaire et les ports Secs, sous le contrôle douanier en attendant qu'elles soient déclarées en détail ;

Les marchandises peuvent séjourner pour un délai de vingt et un (21) jours dans les magasins, aires de dépôt temporaire et ports secs.

2.4. Les instruments de paiement à l'importation

L'instrument de paiement est la forme matérielle qui sert de support au paiement. Les principaux instruments de paiement utilisés à l'importation sont : (Ghislaine.L, 2008)

2.4.1. Le chèque

Le chèque est un ordre écrit et inconditionnel de paiement par lequel le titulaire d'un compte donne ordre au banquier de payer à un bénéficiaire un montant déterminé à prélever sur les fonds ou sur les crédits du titulaire pour effectuer une transaction. Ce moyen de paiement peut être utilisé tant à l'importation qu'à l'exportation.

2.4.1. Le virement Swift

C'est l'instrument de règlement le plus utilisé. Le débiteur (l'acheteur importateur) donne l'ordre à son banquier de payer son créancier (l'exportateur) par virement.

Il s'agit d'un moyen peu coûteux, très rapide grâce au système Swift (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications), sûr et rendant l'impayé impossible si le virement est effectué avant toute expédition.

2.4.2. La lettre de change

Il s'agit d'un écrit par lequel l'exportateur donne l'ordre à son client étranger de payer un certain montant à vue ou à échéance. Par ce moyen de paiement, le vendeur accorde à son client un délai de paiement plus ou moins long.

2.4.3. Le billet à ordre

L'acheteur étranger est à l'initiative de l'émission du billet à ordre en faveur de son fournisseur. Il est soumis au même formalisme que la lettre de change. L'aval de la banque de l'acheteur apporte plus de sécurité pour le bénéficiaire. Cependant, la banque avilissante peut être tentée d'exiger du souscripteur le versement d'une provision ou l'apport d'une garantie financière, ce qui est contraignant pour ce dernier.

2.5. Les techniques de paiements à l'importation

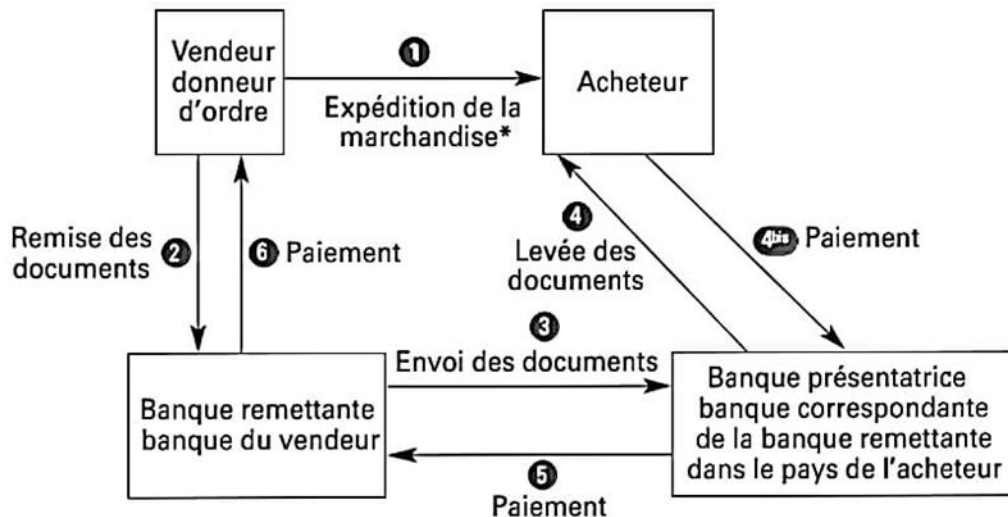
2.5.1. La remise documentaire

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

- **Le processus de remise documentaire**

Le schéma qui précède retrace la chronologie des étapes d'une remise documentaire

Figure 3 : Le processus de remise documentaire



Source : Ghislaine Legrand et Hubert Martini (2008), Gestion des opérations IMPORT- EXPORT, p134.

On distingue six étapes dans cette procédure :

- **Étape 1 :** le vendeur expédie la marchandise vers le pays de l'acheteur et fait établir les documents de transport et d'assurance à l'ordre de la banque présentatrice (banque à l'étranger). Cette précaution doit permettre d'éviter que l'acheteur puisse entrer en possession de la marchandise avant de l'avoir réglée ;
- **Étape 2 :** les documents sont remis à la banque remettante, banque de l'exportateur.
- **Étape 3 :** la banque remettante transmet les documents et la lettre d'instruction à la banque présentatrice, généralement son correspondant dans le pays de l'acheteur ;
- **Étape 4 :** la banque présentatrice remet les documents à l'acheteur, soit contre paiement, soit contre acceptation d'une ou plusieurs traites. En acceptant les documents, l'acheteur lève les documents, qui lui permettront la mainlevée de la marchandise ;
- **Étapes 5 et 6 :** le paiement est transmis au vendeur, qui est informé par l'avis de sort.

2.5.2. Le crédit documentaire

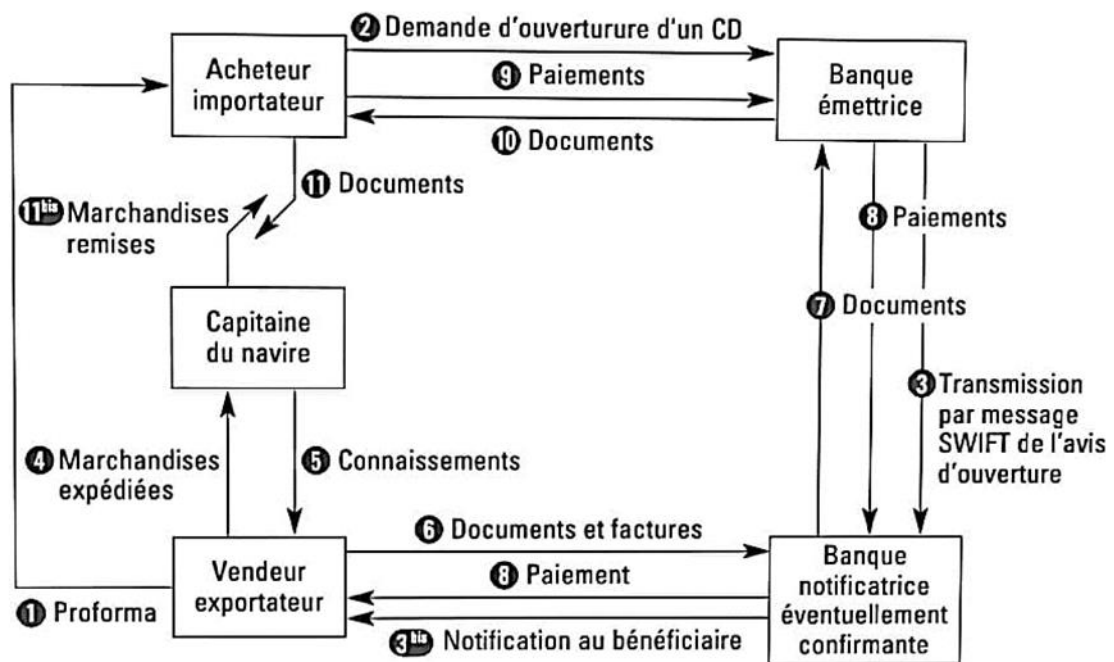
Le crédit documentaire est « une promesse donnée par un banquier de l'importateur à un exportateur étranger, selon laquelle le montant de sa créance lui sera réglé, pourvu qu'il apporte à l'aide des documents énumérés, la preuve de l'expédition des marchandises à destination des pays importateurs, ou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

Il s'agit donc d'un engagement irrévocable de paiement donné par une banque (la banque émettrice), en faveur du vendeur (le bénéficiaire), et délivré à ce dernier à la demande et conformément aux instructions de l'acheteur (le donneur d'ordre). L'engagement est limité dans le temps et il est conditionné à la présentation par le vendeur d'un ensemble précis de documents conformes aux conditions et termes du crédit documents et ceci dans un délai déterminé.

- **Le processus de crédit documentaire**

Le schéma qui précède retrace la chronologie des étapes d'une remise documentaire

Figure 4 : Le processus de crédit documentaire



Source : Ghislaine Legrand et Hubert Martini (2008), Gestion des opérations IMPORT- EXPORT, p136.

- **Typologies des crédits documentaires :**

- **Le crédit irrévocable (notifié ou non confirmé)**

Ce type de crédit documentaire repose sur l'engagement irrévocable de la banque émettrice vis-à-vis du vendeur, d'effectuer ou de faire effectuer un règlement sous réserve que le vendeur présente les documents conformes aux instructions de l'acheteur. Ce crédit documentaire est moins souple pour l'acheteur, car il ne peut être modifié ou annulé sans l'accord de toutes les parties.

- **Le crédit irrévocable et confirmé**

C'est la forme la plus sûre. En effet, ce crédit documentaire comporte un double engagement bancaire. Celui de la banque émettrice et celui d'une banque dans le pays du vendeur la banque confirmatrice ; en général, il s'agit de la banque notificatrice. La confirmation permettra au vendeur de se faire payer dans son pays, ce qui supprime les risques de non-transfert et réduit les délais de règlement.

Conclusion

A la fin de ce chapitre, nous pouvons dire que la fonction achat est chargée de procurer les matières premières et composants nécessaires à la production, ainsi qu'elle désigne l'ensemble des processus, politiques, outils en charge de la mise en œuvre des achats de produits. Ensuite nous avons défini le commerce international et détaillé la démarche d'une transaction commerciale à l'importation ainsi que les différents modes et techniques de paiements apporter lors de cette dernière.

CHAPITRE II : CADRE MÉTHODOLOGIQUE ET ORGANISATIONNEL

Après la présentation de la revue de littérature et du cadre conceptuel dans la première partie de notre travail, ce deuxième chapitre sera consacré au cadre méthodologique et au contexte organisationnel, nous avons commencé par la première section qui présente l'approche méthodologique adoptée ainsi ses différentes outils de collecte de données, ensuite dans la deuxième section nous précéderons notre lieu de stage (TONIC INDUSTRIE) et ses multiples services.

SECTION I : Cadre méthodologique

1. Contexte de recherche

Le cadre méthodologique représente un élément nécessaire dans les recherches scientifiques, il s'agit de l'ensemble des méthodes et techniques mises en place dans un domaine particulier. Pour obtenir les données nécessaires à la recherche, qui seront à leur tour traitées pour obtenir des éléments de réponses.

Une méthode de recherche représente un aperçu de la façon dont une recherche donnée est effectuée. Elle définit les techniques ou les procédures utilisées pour identifier et analyser les informations concernant un sujet de recherche.

Autrement dit, la méthodologie est l'ensemble des règles et des démarches adoptées par un chercheur pendant son travail de recherche pour parvenir à des résultats.

Dans une perspective exploratoire sur notre sujet, nous avons choisi une approche méthodologique qualitative pour analyser les procédures des opérations d'achat à l'importation. Nous avons choisi de suivre une démarche de recherche « qualitative ». La recherche qualitative est la collecte et l'analyse de données non numériques. Comprendre des concepts, des idées ou des expériences. Il peut être utilisé pour recueillir des informations approfondies sur un problème ou générer de nouvelles idées de recherche. Pour atteindre les objectifs de recherche, les chercheurs s'appuient sur un ensemble d'outils tels que des observations, des entretiens approfondis, des documents originaux et des enregistrements audio liés au sujet. (Bhandari B, 2020)

Selon (Yves.L, 2015) Les méthodes dites qualitatives sont adaptées à une recherche approfondie, sur un petit nombre de données, caractère intensif. On gagne en finesse ce que l'on perd en systématique, disait P. Bourdieu. Le but est souvent de décrire et d'analyser un processus social, voire à suivre l'évolution.

2. Les outils de collecte des données

La collecte de données est une étape importante dans la conduite de toute recherche. Les méthodes qualitatives s'appuient sur une variété d'outils de collecte de données, afin de mener à bien nos travaux, nous avons sélectionné les outils suivants :

- Documentations
- Observation
- Entretien

2.1. La Documentation

L'outil de documentation est très nécessaire dans toute recherche scientifique, soit dans la partie théorique ainsi que la pratique. Pour bien cerner notre étude nous avons visité des documents, ouvrages et articles scientifiques au niveau de la bibliothèque de l'école ENSM ainsi que d'autres bibliothèques des écoles et université nationale et dans les plateformes numériques tel que : SNDL. Google scholar et Academia, PDF drive et sites internet officielles. Pour illustrer notre partie théorique.

Et dans notre partie pratique nous avons consulté des documents internes et des archives historiques de TONIC INDUSTRIE tel que l'historique des opérations d'achats réalisés dans les années précédentes. L'analyse de ces derniers nous ont permis de bien comprendre notre thème de recherche et le déroulement de processus d'achat.

2.2. L'observation

L'observation est une technique souvent utilisée pour mener des recherches qualitatives. Il permet de collecter des données verbales, notamment des données non verbales. Cette technique permet à l'intervieweur de se concentrer sur les actions d'une personne plutôt que sur ses déclarations.

Les techniques d'observation permettent d'expliquer des phénomènes à travers des descriptions de comportements, de situations et de faits. Pour ce faire scientifiquement, la description des observations doit être fidèle à la vérité et systématiquement rapportée. "L'observation n'est pas a priori pour les sociologues : d'autres professionnels (journalistes, documentaristes, médecins) observent, prennent des notes. L'observation ne nécessite pas d'autres outils que le chercheur lui-même, ni la mise en œuvre de techniques informatiques complexes. (Arborio, 2007)

2.3.L'entretien

Il s'agit de tête-à-tête oral, un contact direct, entre deux personnes ou une personne (ou plusieurs) et un groupe de personnes dont l'une transmet à l'autre des informations recherchées sur un problème précis.

C'est un échange au cours duquel l'interlocuteur exprime ses perceptions, ses interprétations, ses expériences, tandis que le chercheur, par ses questions ouvertes et ses réactions, facilite cette expression, évite que celle-ci s'éloigne des objectifs de la recherche. On parle d'entretien, d'interview ou d'entrevue (au Québec). Les techniques d'entretien mettent en œuvre des processus fondamentaux de communication et d'interaction humaine. Ces processus fournissent au chercheur des informations et des éléments de réflexion très riches et nuancés. (N'DA, 2015, p. 142)

2.3.1. Les types d'entretiens

Selon le nombre de participants, on distingue l'entretien individuel et l'entretien de groupe :

- **Entretien individuel**

Il s'agit d'un entretien avec une personne à la fois. L'intérêt de cette modalité, c'est que la personne est seule et peut s'exprimer en toute liberté sans craindre d'être contredite et avec

le sentiment de dire la vérité et d'être prise au sérieux parce que sollicitée pour donner son avis, ses sentiments.

- **Entretien de groupe**

Il s'agit de l'entretien avec un groupe de personnes. Il vise à recueillir une « parole collective » produite en situation de groupe, donc dans une interaction. Il a un enjeu théorique important, celui de faire parler des personnes qui ne prennent pas souvent la parole par elles-mêmes, notamment des groupes dominés en situation d'infériorité.

Selon le degré de liberté de chercheur il existe 4 types d'entretiens :

- **Entretiens non directifs**

Ce type d'entretien est plus structuré, avec moins de liberté. Il est utilisé pour rechercher des informations ou des opinions à un niveau assez général. Les entretiens non directifs se caractérisent par le fait qu'ils laissent aux répondants la liberté de s'exprimer sur des sujets souvent très larges.

- **Entrevues semi-dirigées**

Dans ce type, le chercheur pose peu de questions, il laisse le choix à l'interviewé, mais il demande des explications d'arguments et des exemples. Les entretiens semi-directifs sont plus structurés, au cours desquels l'intervieweur guide un peu plus la discussion en utilisant une stratégie de questionnement prédéterminée.

- **Entretiens guidés**

Dans ce type, le chercheur dirige la communication et pose des questions liées à son sujet de recherche. Ce type peut approfondir le sujet d'étude. L'entretien guidé est très structuré et l'intervieweur pose des questions très précises.

2.3.2. Objet de l'entretien

L'entretien a été réalisé auprès des responsables de la direction d'approvisionnement :

- Le tuteur (directeur d'approvisionnement principale)
- Chargée d'achat à l'importation
- Chargé des opérations de transit et dédouanement.

2.3.3 Objectif de l'entretien

A travers cet entretien, nous allons essayer d'évaluer les différentes étapes du processus achat à l'importation ainsi que les méthodes et les instruments de paiements utilisées lors de cette opération.

- **La démarche suivie et le choix des interviewers :**

- **Mode de sélection**

Pour réussir notre étude, nous avons procédé à la sélection des employés de service d'approvisionnement principale au sein de l'entreprise tonic industrie. Et cela pour bien

comprendre comment réaliser le processus achat, et puis pour que nous pouvons donner des résultats.

- **La rédaction de l'entretien**

Notre entretien comprend 10 questions, regroupées en trois parties. Ces dernières proviennent des principales étapes pour le déroulement du processus d'achat et le paiement via le crédit documentaire.

- a) Le processus d'achat à l'importation de l'entreprise Tonic industrie
- b) Le paiement de l'opération d'importation via le crédit documentaire

SECTION II : Présentation du terrain de recherche

TONIC EMBALLAGE est considérée comme l'une des entreprises ayant contribué à la création de valeur pour l'économie algérienne et est aujourd'hui commercialisée sous la marque Tonic industrie, malgré cela, elle a traversé plusieurs phases d'activité disruptive et tout au long de son cycle de vie elle détient la situation Impact négatif sur la volatilité Tonic industrie est engagé à maintenir sa politique prioritairement en Algérie et au bénéfice économique du pays, dans le cadre de sa démarche de développement durable

1. Présentation de l'entreprise Tonic industrie

Alors que l'Algérie adopte de nouvelles politiques économiques et encourage l'investissement industriel, plusieurs sociétés privées voient le jour, dont TONIC EMBALLAGE. SARL Tonic Emballage, fondée en 1996 par le jeune entrepreneur Abd-Elghani DJERRAR, opérant dans le secteur de la papeterie et de l'emballage et cédée par le Trésor Public au capital social de 30.000.000.000 DA, dont la totalité est détenue pour le compte de l'état, par la société de gestion des participations "SGP-GHEPHAC".

1.1.Historique de l'entreprise

- En 1998, Tonic a choisi d'augmenter ses investissements, principalement dans la production de carton ondulé. Fort du succès de cette expérience industrielle, Tonic a immédiatement entrepris de diversifier sa gamme de produits en traitant des emballages de plus en plus complexes et innovants.
- Les années 2000 sont surtout décisives pour l'avenir de l'entreprise qui décolle désormais de manière irréversible. Tonic est équipé d'outils de production de dernière génération.
- En 2004, Tonic est entré avec succès sur le marché de l'exportation. En 2005, elle devrait réaliser un chiffre d'affaires de 36 millions d'euros.
- D'autre part, l'entreprise a enregistré un déficit budgétaire en 2007, causant des problèmes en raison de l'absence d'organigramme définissant l'emploi et les horaires de travail, d'un manque de systèmes de gestion du personnel et de moyens de production non modernisés et mal maîtrisés par les employés.
- En 2011, l'État est intervenu pour l'aider à la dernière minute et le réalisateur Moustafa Marzouk en a fait un conglomérat algérien. Elle a commencé par une réorganisation du

programme, a résolu le problème, a trouvé une bonne gestion des ressources et le problème de devoir former le personnel pour s'adapter au changement. Tonic Industrie est aujourd'hui un véritable complexe de packaging et d'arts graphiques.

1.2.Situation géographique de Tonic industrie

L'EPE Tonic Industrie a été installée sur deux sites dans la province de Tipaza. Le premier site de 12,2 hectares de la zone industrielle de Bou-Ismaïl n'est pas clôturé. Dans ce domaine se trouvent des structures administratives et techniques (DG, DAG, structures commerciales, les magasins, ateliers de fabrication de cartons ondulés, emballages souples, boîtes pliantes, enveloppes, sacs, gobelets, bidons plastiques, cabine d'impression et sapeurs-pompiers).

Le deuxième site d'une superficie de 24.6 Hectares dans la zone de Chaïba-Ouarsenis à environ de 5Km du 1er site. Sur ce terrain clôturé et sécurisé sont implantés :

- L'unité de récupération et de tri de déchet de papier.
- L'unité de fabrication de papier tissu
- L'unité de fabrication papier liner
- L'unité de transformation de papier tissu
- L'unité logistique.
- Le parc sous douane
- Les réservoirs d'eau.
- La station d'épuration des eaux

Il faut signaler que les différents ateliers ne sont pas disposés d'une chaîne continue de production. Le produit semi-fini transporté d'une unité à l'autre par des chariotes ou par des camions en fonction de la distance entre deux unités de production.

Pour la Situation géographique à 40 km du port d'Alger, à 50km de l'aéroport international d'Alger et à 03 km de l'autoroute est-ouest.

2. Les domaines de compétences

2.1.Récupération et transformation du vieux papier

TONIC INDUSTRIE est le premier maillon de la chaîne de récupération et de recyclage des papiers et cartons usagés, actif dans ce domaine d'activité à forte valeur ajoutée, produisant des matériaux (rouleaux) ou des charges pour la fabrication de papier ondulé et de tissus à base de papier

Premier maillon de la chaîne de la récupération et du recyclage du vieux papier et carton, Tonic industrie active dans ce domaine d'activité à forte valeur ajoutée et ce pour produire les matières (en bobines) requises pour la fabrication du papier ondulé et papier ouate.

2.2.Travaux de refonte et complexage de tous types de papier

- Reconcevoir les rouleaux de papier (couper selon les exigences de largeur et de longueur, rembobiner en plusieurs rouleaux, ...).
- Contre collage de différents papiers (assemblage multicouche pour isolation, renfort, emballage alimentaire...) pour éviter le collage sur carton ondulé...
- Reconcevoir et façonner des rouleaux de papier au format papier.

2.3. Impression et art graphiques

- Conception de la maquette graphique du packaging
- Réaliser différentes formes de découpe pour tous les emballages papier et carton
- Réalisation de forme de découpes en tous genres pour tous les emballages en papier et en carton.
- Impression offset jusqu'à 06 couleurs (classique ou numérique pour l'édition et pour l'emballage en tous genres).
- Impression en héliogravure et flexographie sur tous supports " étiquettes, emballages souples en plastique sacherie, gobelets ".
- Impression sur carton ondulé.
- Impression numérique en grands formats sur bâches et autocollants pour affichage interne et externe.
- Habillages véhicules, supports publicitaires et de signalisation.

2.4. Fabrication de tous types d'emballages en papiers et cartons

- Impression et fabrication d'emballages en papiers et cartons pour plusieurs types d'industries (agroalimentaire, pharmaceutique, électroménager, céramique, détergents ...)
- Boîtes et étuis en carton ondulé, carton compact et en papier Caisses en carton ondulé, boîte à fromage, étiquettes Pots en polypropylène enveloppés de papier pour l'agroalimentaire (produits laitiers et glaces).
- Sacs en papier petite et moyenne contenance pour produits agroalimentaires et autres, sacs shopping, emballage plastique souple en bobines, mandarins tous diamètres, Impression et fabrication des différents types d'emballages destinés à la distribution (emballages alimentaires et sanitaires).
- Boîtes à pizza en micro cannelures ou en carton compact.
- Boîtes à gâteaux et pâtisserie.
- Gobelets à café et jus.
- Papiers pour imprimantes et copieurs, enveloppes tous formats et boîtes d'archive.
- Sacs shopping, sacs croissant, sacs à pain, sacs pharmacie, sacs poulet rôti, papiers pour viandes et charcuterie.

- Produits quats (papier tissue) : Essuie tout, papier mouchoirs, papier hygiénique, serviettes de table.

3. Les unités de production

L'entreprise est spécialisée principalement dans la fabrication, la transformation et la commercialisation du papier et accessoirement dans la location externe de ressources matérielles excédentaires. A cet effet, le potentiel de Tonic Industrie SPA s'organise autour de 12 unités de fabrication, de transformation et d'impression sur papier et carton.

- Unité Récupération
- Unité Liner
- Unité Ouate
- Unité cellulose moulée
- Unité Mandrins
- Unité Sacherie
- Unité Façonnage
- Unité Hélio / Flexographie
- Unité impression numérique
- Unité Boites pliantes
- Unité Converting
- Unité Caisses en carton ondulé
- Unité de fabrication carton ondulé

4. Mission principale et objectif de TONIC INDUSTRIE

Parmi ses différentes missions les suivantes :

4.1. Les missions de l'entreprise

- Concevoir et rechercher les produits qui répondent le mieux aux exigences et aux besoins des consommateurs.
- Concevoir une variété de produits adaptés aux goûts et aux personnalités changeantes.
- Concevoir une collection qui s'adapte aux nouvelles modes et tendances.
- Distribution des produits finis aux clients qui sont principalement des fabricants.
- Commercialisation du papier et recyclage des déchets.
- Commercialisation du coffret

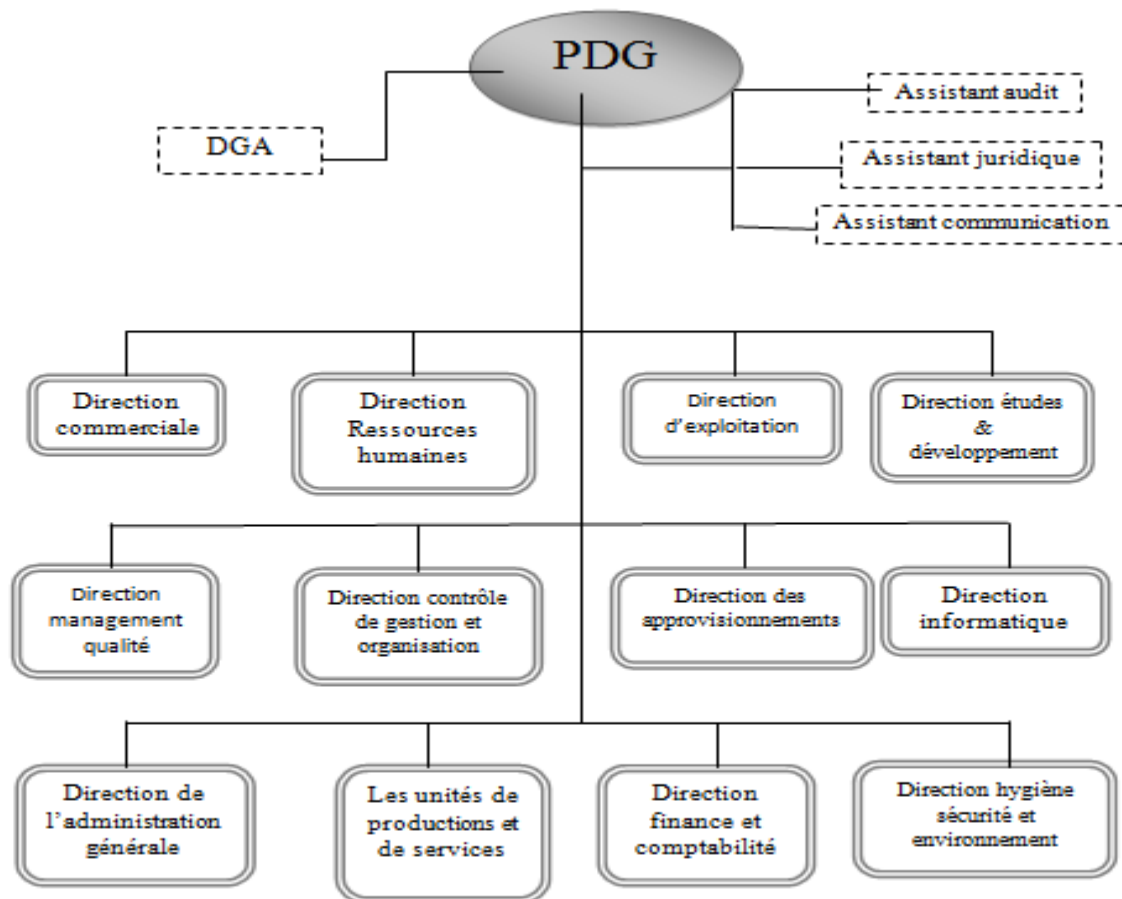
4.2. Les objectifs de l'entreprise

Comme toute entreprise, TONIC INDUSTRIE vise à atteindre différents objectifs pour assurer sa pérennité. Ses objectifs importants incluent :

- Participer à des meilleurs rendements économiques pour tenter d'atteindre les exportations et développer les flux de stocks sur le marché national.
- Maintenir ou augmenter la productivité, augmentant ainsi le chiffre d'affaires.
- Passer à la phase d'amélioration et de création, à la phase de planification de la communication et du marketing.
- Améliorer l'image de l'entreprise.
- Fidélité du consommateur.
- Améliorer les relations interpersonnelles et l'environnement de travail normal au sein de l'entreprise.

5. Organisation de l'entreprise :

Figure 5 : Organigramme de Tonic industrie



Source : document interne de l'entreprise.

- **Direction générale :**

La direction générale est responsable du développement durable de l'entreprise. Sa mission est de :

- Concevoir, sélectionner, définir et conduire la politique globale à court, moyen et long terme.
- Croissance des bénéficiaires (définie par des objectifs quantitatifs).
- Renforcer son image et sa position sur le marché.
- Rémunération au moins en ligne avec les opportunités de développement professionnel pour la pratique professionnelle.
- Répondre durablement à la demande en maîtrisant la qualité des produits et services, en respectant les délais et les coûts publiés.
- Respecter les contraintes légales, fiscales, civiques et écologiques.
- Faire des comptes rendus sur la situation actuelle, ainsi sur les prévisions.
- **Direction contrôle de gestion et organisation**

Elle a pour mission de :

- Projeter pour chaque étape le développement de l'entreprise et contrôler l'activité pour prévenir les déséquilibres
- Etudier l'organisation de l'entreprise et son fonctionnement pour mettre en adéquation permanente les structures et les objectifs ;
- Diriger l'élaboration des systèmes et procédures de gestion et veiller à leur mise en œuvre une fois adoptée (pour les systèmes) et validées (pour les procédures).

- **Direction informatique**

- Définir le plan directeur informatique conformément au schéma directeur.
- Mettre en place les moyens de la réalisation du plan informatique.
- Rendre compte à la direction générale.

- **Direction finance et comptabilité**

Elle a pour missions :

- Assurer la coordination et la régulation des comptabilités.
- Assurer la continuité des financements nécessaires à l'activité de l'entreprise en optimisant notamment les coûts.
- Coordonner les opérations d'investissement conformément aux procédures fixées.

- **Direction des ressources humaines**

Elle a pour mission de :

- Elaborer la politique sociale de l'entreprise et veiller à son application une fois adoptée

- Elaborer et mettre en œuvre tous les systèmes de management des ressources humaines ;
- Rechercher la motivation du personnel
- Veiller au respect de la législation sociale, de la convention d'entreprise, du règlement intérieur et des procédures internes.

- **Direction commerciale**

Responsable de l'ensemble des activités de vente, de marketing, de communication et de publicité. Elle a pour mission :

- Participer aux choix des axes de développement et de stratégie commerciale de l'entreprise concernant notamment les activités, les produits et les marchés
- Proposer des nouveaux produits ou l'adaptation d'anciens en fonction des besoins reconnus du marché et des tendances ;
- Superviser l'administration des ventes au niveau des sociétés du groupe.

- **Direction exploitation**

Elle a pour mission de :

- Diriger et coordonner les activités de production et de développement technique de l'entreprise.
- Suivre l'évolution de la technologie.
- Veiller à la qualité technique des interventions de maintenance dans les ateliers tout en optimisant la qualité et la productivité et en améliorant les conditions de travail et de sécurité.

- **Département de gestion de la qualité**

Elle a les tâches suivantes :

- Promouvoir les démarches de management de la qualité et de l'environnement au sein de l'organisation.
- Agir en tant qu'interlocuteur des organismes de certification et d'accréditation.
- Rechercher la nécessité d'harmoniser la qualité, la maîtrise des coûts et l'amélioration des performances environnementales.
- Aide à inculquer l'esprit de qualité à toutes les personnes de l'organisation.
- S'assurer que le programme de formation de l'organisme répond à tous les besoins de ceux qui ont un impact sur la qualité et l'environnement.

- **Direction hygiène sécurité et environnement**

Sa mission est :

- Responsable de toutes les activités liées à la protection des biens de l'entreprise et des travailleurs sur le lieu de travail : sécurité préventive, hygiène, sécurité industrielle et médecine du travail.

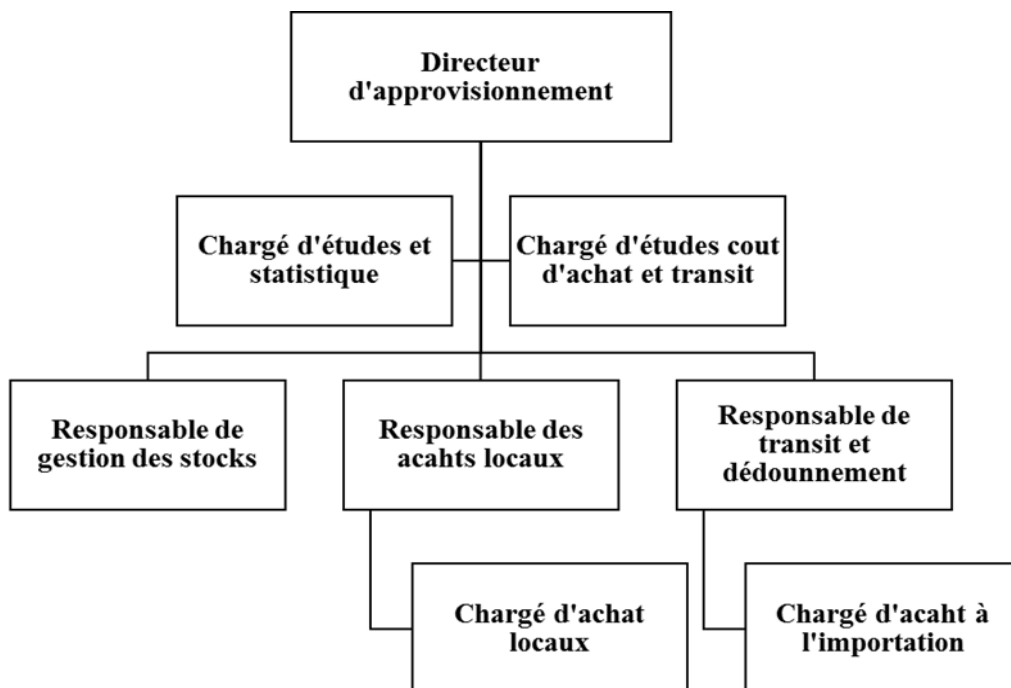
- Proposer un budget annuel pour les fonctions hygiène, sécurité et médecine du travail et suivre leur mise en œuvre

• **Direction des approvisionnements**

Proposer la politique d'achat de l'entreprise et assurer sa mise en œuvre une fois adoptée, ce qui inclut :

- La définition des éléments techniques de la commande, spécification élaborée avec les fonctions commerciales, technique et qualité de l'entreprise.
- Le choix des principaux fournisseurs.
- Assurer en continu la couverture des besoins en approvisionnements de l'entreprise (matières premières, consommables, accessoires, matériel et équipements, pièces de rechange) et superviser l'administration des achats.
- Travailler en étroite collaboration avec les directions production, maintenance et études développement.

Figure 6 : Organigramme de la direction des approvisionnements



Source : réalisé par moi-même sur la base de documents de l'entreprise

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons présenté la méthodologie apporter pour effectuer notre recherche qui est la méthode qualitative ainsi que les outils que nous avons appliquée durant cette dernière qui sont : la documentation, l'observation et les entretiens. Dans la deuxième section nous avons présenté notre terrain de recherche, son historique, ses différents missions et objectifs, et l'organigramme qui porte les différentes directions de l'entreprise.

CHAPITRE III : RÉSULTAT ET DISCUSIONS

Afin de consolider les connaissances théoriques présentées dans les chapitres précédents, ce chapitre est consacré à l'illustration des différentes étapes de la procédure que suit la société Tonic industrie dans son achat à l'importation.

SECTION I : Les résultats de l'entretien qualitatif

1. Concepts sur les opérations d'achats effectués par l'entreprise

Pour l'approvisionnement en matières premières, les procédures de cette opération sont réalisées et suivies par le service d'approvisionnement.

1.1. La stratégie d'importation

Tonic industrie a fait sa première opération en 2001, en raison de manque de disponibilité sur le marché nationale de matières premières de bonne qualité, ainsi des équipements du premier choix.

1.2. Les produits que Tonic industrie a importés sont

- Les pièces de rechange
- La matière première (le papiers)
- Les produits chimique

1.3. Les pays que Tonic industrie a importé ses produits sont

- La France
- La Suède
- La Hollande
- L'Allemagne
- L'Espagne

1.4. Les moyens de paiement et de règlement à l'international

Dans sa procédure d'importation, l'entreprise Tonic industrie utilise lors de ses transactions commerciales internationales les moyens de paiement à savoir le crédit documentaire et parfois la remise documentaire.

1.5. Pour les échanges financiers de ses transactions commerciales sont

- l'EURO
- Dinar algérien.
- Franc Suisse

1.6. Les incoterms

Le choix des incoterms dans la solution de transport maritime se fait à la base de la maîtrise de la logistique. Les incoterms choisis par l'entreprise Tonic industrie à l'importation est l'incoterm CFR.

La responsabilité de l'exportateur dans l'incoterms CFR est de payer le fret de transport de la marchandise, c'est-à-dire le paiement du transport maritime du port de pays d'accueil jusqu'au port de pays de destination.

1.7. Les avantages que Tonic industrie trouve dans ses opérations d'importation

- L'importation des produits de qualité pour améliorer leur processus de production.
- Profiter des réductions lors de son traitement avec le même fournisseur à chaque fois.

1.8. Les obstacles que tonic industrie a rencontrés lors de ses opérations d'importation sont principalement :

- L'arrivée tardive des documents de la part des fournisseurs.
- Le retard de traitement des dossiers au niveau de la douane.
- Instabilité réglementaire
- La non disponibilité de quelques produits.

2. Les procédures d'achat à l'importation

Ce processus est constitué de plusieurs étapes enchaînées :

2.1.Expression des besoins

La demande totale de matières premières de l'entreprise est déterminée en comparant la quantité de produits fournis (le stock de magasin, livraisons contractuelles en cours, documents en transit, en cours de réception) avec la quantité à produire l'année suivante.

Une fois que le directeur d'unité a signé la demande d'achat à l'importation DAI, une copie est conservée au département de gestion provisionnelle et l'autre sera envoyée au département des approvisionnements.

2.2.Lancement de la consultation

Après l'arrivée de la demande d'achat import DAI au service approvisionnement, le responsable des achats initie une demande d'offre pour la matière première « Papier test blanco » en consultant les documents de ses fournisseurs qui rassemble toutes les informations nécessaires pour répondre à ses exigences.

Concernant notre cas, les fournisseurs consultés sont :

- PAPIER SAICA Espagne
- Balle grossière France
- HEINZEL AUTRICHE

L'acheteur envoie par mail à chacun une demande d'offre en s'enquérant des conditions commerciales (prix, délai de livraison, mode de paiement, etc.).

Une demande de renseignements est une demande d'offre, qui comprend la date d'émission, le numéro et la description des marchandises pour les 3 fournisseurs mentionnés au début. Le délai pour soumettre une offre est de 21 jours.

Dans le même temps, l'acheteur recherche de nouvelles sources d'approvisionnement.

Les fournisseurs présélectionnés doivent être inclus dans le profil du fournisseur approuvé pour une consultation de suivi.

2.3. La réception et l'exploitation des offres

2.3.1. La réception des offres

Les soumissionnaires doivent envoyer leurs devis à l'adresse de l'entreprise via (DalseyHillblomlynn) DHL. Les offres reçues doivent comprendre des offres techniques et financières et doivent être envoyées en double exemplaire, dûment signés et tamponnés avec les spécifications.

- Les offres techniques doivent inclure :

- Spécification
- Relevé de souscription
- Fiche technique du produit

- Les offres financières doivent inclure :

- Facture pro-forma
- Déclaration honnête
- Lettre de soumission

2.3.2. La commission d'évaluation des offres (CEO)

Le comité d'évaluation des offres éliminera les offres qui ne correspondent pas à l'objet du marché et aux exigences du contrat. Dans un deuxième temps, un tableau comparatif des offres TCO est établi pour déterminer la meilleure offre commerciale technique.

A l'issue de la réunion de la commission d'évaluation des offres CEO, attribué provisoirement le contrat au soumissionnaire de SAICA PAPER Espagne pour la meilleure offre technique et commerciale.

2.4.La passation de la commande

Après le rapport de la commission d'achat, l'acheteur procédera, en fonction de la quantité du bon de commande établi en quatre exemplaires, il devra s'inscrire dans le système d'achat.

Des copies dûment signées sont envoyées comme suit :

- Une copie adressée au fournisseur ;
- Une copie de la structure financière et comptable ;
- Un exemplaire avec structure de gestion et d'inventaire ;
- Une copie pour dépôt au service des approvisionnements.

Une fois le contrat signé et tamponné par le fournisseur, (Dalseyhillblomlynn) DHL enverra le fournisseur en quatre exemplaires au service des approvisionnements pour signature de la part de l'entreprise Tonic industrie, en même temps que le formulaire de vérification sera signer. L'acheteur doit obtenir la confirmation du fournisseur.

3. La réalisation de l'opération d'importation par « le crédit documentaire »

L'activité comprend l'importation de papier (TEST BLANCO SAICA/LINER DUO SAICA) pour un montant de 1 069 685,00 EUR par l'entreprise Tonic industrie.

Les participants à cette action sont :

- Donneur d'ordre : Tonic industrie
- Bénéficiaire : Sociedad anonima industrias celulosa aragonesa (SAICA PAPER)
- Banque émettrice : Banque de l'agriculture et du développement rural (BADR)
- Banque notificatrice : Société Générale Espagne

Les étapes de cette opération du prélèvement au paiement sont les suivantes :

3.1.Demande d'ouverture d'un Credoc

Tonic industrie a soumis les documents suivants à la banque de l'agriculture et du développement rural (BADR) pour enregistrement dans son activité d'importation.

- Facteur pro-forma ;
- Attestation fiscale de domiciliation bancaire pour les opérations d'importation ;

- Engagement d'importation
- Elle doit remplir la demande d'ouverture du Credoc et la demande de prélèvement

Il ouvre alors le dossier de domiciliation contenant les fichiers nécessaires. L'agence est chargée des opérations d'immatriculation doit vérifier les documents remis, en s'assurant :

- La demande de domiciliation être signé par la direction d'approvisionnement principale DAP et doit contenir toutes les informations nécessaires.

• **Engagement**

L'expédition de la marchandise s'effectue selon l'incoterms choisis par les deux parties. L'incoterm convenu ici est (Cost and Freight) CFR et son transport se fera par voie maritime.

Les frais d'expédition et d'assurance du port de Barcelone au Port d'Alger sont basés sur le montant de la marchandise.

3.2.Domiciliation de l'opération

Un chargé d'achat à l'importation s'adresse à la banque d'agriculture et de développement rural BADR pour la domiciliation de la marchandise dans l'établissement en remplissant un pré-imprimé et en présentant la facture pro forma ou le contrat commercial de l'entreprise et l'attestation fiscale de domicile de la banque d'importation exigée par la loi de finances complémentaire, pour remet au client un document de domiciliation.

3.3.Emission du Credoc par SWIFT

Les agents du commerce extérieur saisissent les ouvertures sur DELTA et consignent les opérations dans un registre spécial, numéroté chronologiquement à cet effet.

Le back office envoie un crédit documentaire à la Société Générale Espagne via SWIFT (society for worldwide inter bank financial telecommunications) après ouverture du Credoc sur DELTA, dans les conditions sont :

- Type de crédit : irrévocable et confirmé ;
- Date d'émission
- Date et lieu de l'expiration
- Adresse
- Bénéficiaire : (SAICA PAPER)
- Code devise et montant : 1 069 685,00 EUR
- Banque notificatrice : société générale Espagne ;
- Envoie partiels : non autorisé ;

- Transbordement : autorisé ;
- Embarquement depuis port : Barcelone ;
- A destination du port : ALGER PORT.
- Description des biens : Papier (TEST BLANCO SAICA/LINER DUO SAICA)
- Incoterm : CFR port Alger
- 2 copie originale du connaissement (clean on board, date du jour) est émis à l'ordre de BADR ou endossé pour aviser l'officier habilité à prépayer le fret ;
- 6 factures commerciales certifiant que la marchandise est en tous points conforme au proforma.
- Déclaration de bénéficiaire certifiée par DHL. (Société de courrier express) envoyer les documents suivants à l'adresse du donneur d'ordre :
 - 1/3 du connaissement original
 - 2 Facture commerciale originale
 - Original du Certificat d'Origine

3.4.Réalisations du crédit documentaire (levée des documents)

L'importateur fait lever les documents à travers ces étapes suivantes :

3.4.1. Expéditions de la marchandise et constitution du dossier

La Société générale Espagne reçoit SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Télécommunication) et procède à l'ouverture d'un crédit documentaire irrévocable et confirmée pour ses clients bénéficiaires, qui informe ses clients de l'émission de crédit documentaire.

Le fournisseur a été informé qu'un crédit documentaire a été émis en sa faveur, il commencera donc à expédier les marchandises par voie maritime.

A ce moment il avait signé le contrat de transport conformément aux conditions stipulées dans le contrat commercial (CFR Port d'Alger), le chargé de navire et récupéré cet ensemble de connaissements au nom de la banque BADR, il rédige sa facture commerciale. Comprend les frais d'expédition et la composition du reste du document.

Ce dernier remet alors les documents à sa banque, la société générale Espagne pour contrôle par cette dernière, qui transmet alors les documents relatifs à la marchandise à son client comme stipulé dans le contrat commercial à savoir deux plis séparés l'un par courrier DHL, (société de messagerie express) est l'autre envoyé par EXPRESS à l'adresse de la banque émettrice (BADR).

L'agent chargé du fonctionnement du CREDOC informe son client Algérien que les documents sont réceptionnés et lui sont remis.

Il conserve deux factures finales et deux connaissements lors de la livraison de documents aux clients. L'un est déposé avec le document CREDOC et l'autre est adressé à la section la domiciliation.

3.4.2. Encaissement et paiement

Après que la banque émettrice BADR est reçu les documents, pour vérifier la conformité des documents, elle doit vérifier la facture commerciale et le connaissement, et vérifier l'adresse avec le même numéro de domiciliation.

La banque BADR assigne alors l'importateur à vérifier et à signer la décharge de rétention pour démontrer son acceptation et sa satisfaction.

De plus, ce dernier endosse le connaissement au nom de l'importateur algérien pour permettre le dédouanement de sa marchandise.

Enfin, la banque émettrice transférer les fonds à la société générale Espagne par virement SWIFT.

3.4.3. L'apparument de dossier

L'agent chargé de la facture de l'apurement à recul de la section Credoc :

- Une copie de la facture définitive ;
- Copie des documents d'expédition
- Copies des messages SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication).
- Formule statistique 4 (représente un certificat de débit de devises achat) sur un compte bancaire en Algérie.

Le dossier est complet, et la personne en charge du dédouanement a vérifié que la valeur du dédouanement effectif à l'importation est cohérente avec la valeur de l'entrée et du transfert (formule statistique 4), et il a dédouané.

Si le montant de la formule statistique est inférieur au montant de la facture finale, déclarer le dossier « trop-perçu » à la Banque émettrice, sinon déclarer le dossier « moins-perçu ».

La banque a tenue de déclarer toutes les opérations d'importation à la Banque émettrice dès réception du formulaire statistique, avec un délai d'un mois pour les documents exigibles après paiement et de quatre mois pour les documents à vue.

Après la délivrance de l'état, la Banque d'Algérie exerce son propre contrôle, vérifiez le taux de change demandé, les documents envoyés par le fournisseur fournis par l'import sont-ils les

originaux. Dans le cas contraire, le BADR doit envoyer une lettre officielle au client lui demandant de rapporter l'original pour le dédouanement.

SECTION II : Discussion des résultats

Nous allons essayer d'analyser et discuter les résultats obtenus lors de nos entretiens, et cela en nous appuyons sur ce qu'en a acquis à travers la recherche documentaire.

Selon les trois responsables interviewés, la fonction achat joue un rôle important dans l'entreprise, elle permet de fournir les matières nécessaires de production.

D'après les réponses des interviewés, nous avons constaté que :

Le besoin exprimer en matières premières (le papier avec ces différentes formes, les pièces de rechanges, le matériel...) par les différentes unités de l'entreprise au service approvisionnement, pousse à l'opération achat.

Suite au manque de disponibilité de matières de qualité sur le marché locale, l'entreprise cherche à satisfaire son besoin dans différents pays à l'internationale.

Le processus d'achat réalisé par l'entreprise se déroule dans les étapes que presque toute organisations se confirmer, comme suit :

- L'expression de besoin
- L'appel d'offre
- La consultation
- La confirmation
- La passade la commande

L'expression de besoin permet au responsable d'approvisionnement de lancer des appels d'offres avec ces fournisseurs pour détecter la meilleure offre technico commerciale par la commission d'évaluation des offres, pour faire passer sa commande au fournisseur convenu.

Le déroulement de l'opération d'achat à l'importation ce fait généralement par la technique de paiement la plus utilisé dans les transactions commerciales à l'importation qui est le crédit documentaire que nous avons détaillé dans les chapitres précédents ce qui porte une fiabilité de paiement au leurs intervenants.

Les principales étapes pour l'ouverture de crédit documentaire

- La demande d'ouverture
- La domiciliation bancaire
- L'émission du crédit par SWIFT
- La réalisions du crédit qui permis l'expédition de la marchandise

Généralement l'entreprise choisit le transport maritime dans ces achats à l'importation suite à la grande quantité de marchandise importation et dans certains cas le transport aérien si elle importe une petite quantité ou un produit qui est sensible.

L'incoterm utilisé par les deux cotés c'est le CFR qui donne la responsabilité de l'exportateur dans l'incoterm de payer le fret de transport de la marchandise.

D'après les avantages qui portent l'opération d'importation à l'entreprise est de ramener des produits de qualité et de dernières technologies.

Parmi les inconvénients de cette opération :

- L'arrivée tardive des documents de la part des fournisseurs.
- Le retard de traitement des dossiers au niveau de la douane.
- Instabilité réglementaire
- La non disponibilité de quelques produits.

Conclusion

Nous avons essayé, à travers ce chapitre relatif à la procédure d'achats à l'importation pour réaliser ces opérations de production des produits de l'entreprise par un crédit documentaire, de donner un aperçu pratique concernant la réalisation des opérations du commerce international.

CONCLUSION

Notre travail porte sur l'importance de la fonction achat dans le commerce international. Nous avons mené cette étude dans le but de description des différentes étapes de réalisation de l'opération d'achats de matière premières à l'importation de l'entreprise Tonic industrie.

Afin de bien mener notre travail, nous avons opté pour une démarche méthodologique qualitative en exploitant certains outils que nous considérons importants dans notre recherche tant sur le plan théorique que pratique, à savoir : documents, articles scientifique et ouvrages, plateformes numériques telle que : SNDL, GoogleScholar, Academia.

Concernant le côté pratique nous avons consulté des documents internes et des archives historiques de service approvisionnement de l'entreprise Tonic industrie qui concerne traite les opérations d'achat à l'importation.

Pour mieux cerner notre problématique et pour répondre à notre thème de recherche, nous avons réalisé un guide d'entretien qui se compose de trois partie, La première traite les concepts de l'opération d'importation, la deuxième porte sur les procédures d'achat à l'importation et la dernière consiste sur la réalisation de l'opération d'importation par le crédit documentaire.

Le travail mené nous a permis de conclure quelques résultats, cités ci-dessous :

Cependant, notre étude soumettre à quelques limites :

- La difficulté de trouver un lieu de stage plus développer pour répondre à ma problématique, ce qui m'a obligé de reformuler un nouveau thème de recherche qui combine le terrain de recherche.

- En raison de l'état financière qui fait face à l'entreprise Tonic industrie ce qui a incluse la réduction de ces achats vers l'importation.

- La difficulté de de recueil des ouvrages sur le commerce international qui sont la plupart payante ce qui ma retarder de commencer ma recherche scientifique.

- L'insuffisance de la durée de stage

Pour conclure cette étude, nous tenons à préciser que notre choix du thème est motivé par l'importance que présentée la fonction achat dans l'entreprise ainsi que dans le commerce international. Ainsi nous recommandons des suggestions pour développer cette fonction et la rendre plus efficace sur l'international à partir de :

- Amélioration de processus achat
- La gestion de la relation avec les fournisseurs
- Réduire les couts
- L'optimisation des achats afin d'améliorer la performance de la chaine logistique

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

- al, B. e. (2000). *Pratique du commerce international*. Paris: Foucher.
- ANTOINE.H. (2006). Les incoterms de la chambre de commerce international et les termes de vente du code de commerce uniforme. *Mémoire Université du Québec*, 21.
- Arborio, A. (2007). L'observation directe en sociologie : quelques réflexions méthodologiques à propos de travaux de recherche sur le terrain hospitalier. 26-34.
- ATSE, M. (2007). Développement, commerce international et réduction de la pauvreté. 40.
- Bhandari B, e. a. (2020). Theory-based mobile phone. *BMJ Open*.
- BRUEL.O. (1996). *Politique d'achat et gestion des approvisionnements*. Paris: Éditions DUNOD.
- Brunn.D. (1986). *Le commerce international au XXe siècle*. Montréal: Histoire et Géographie économique.
- Catherine.P, P. R. (2016). Rapprocher achats et marketing dans l'entreprise : Mieux collaborer en interne pour mieux collaborer en externe . *Revue française de gestion*, 11-27.
- Choinel.A, R. (2000). *Le marché financier, structure et acteurs*. Édition REVUE BANQUE.
- Fatiha.N, A. (2018). Fonction achats et supply chain management, entre collaboration et prédation : étude de cas . *Management & Avenir*, 129-149.
- Ghislaine.L, H. (2008). *Gestion des opérations IMPORT- EXPORT*.
- Gwenaëlle.O. (2010). Achats à l'international : le paradoxe de l'utilisation d'une plateforme d'e-sourcing par une PMI. *Management & Avenir*.
- J, P. (2007). *Le manuel des achats*. Paris: Edition d'organisation.
- Kamel.Ch. (2004). *Techniques et pratiques bancaires*. Alger: édition collection guides-plus.
- Laurence.V. (2018). Contribution de la fonction achats dans le processus d'innovation des industries agro-alimentaires. *Gestion et management, thèse doctorat. Université Grenoble Alpes, Français.Mémoire master .Université du Québec*, p10.
- Laurie.E, W. (2013). les motivations et obstacles à l'importation, les PME du Québec. *Mémoire master .Université du Québec*, 10.
- MÉNAGE, B. &. (2019). *Politique d'achat et gestion des approvisionnements*. Paris: Éditions DUNOD.
- N'DA, P. (2015). Recherche métrologie en science sociale et humaines. *L'harmattan*.

- NAJJI, S. (2005). *Commerce internationale. Théorie, techniques et applications*. Saint-Laurent, Québec : ERPI.
- Naouel Makaoui, K. S. (2018). Achats responsables et création de valeur partagée : Les cas VEOLIA et LA POSTE . *Recherches en Sciences de Gestion*, 81-102.
- PERROTIN, R. (2001). *Marketing achats stratégies tactiques* . Paris: Édition DUNOD.
- Priami, P. &. (2002). *La banque : Fonctionnement et stratégies*. Paris: ECONOMICA.
- SALVIAC, E. B. &. (2009). *Fonction achats-Contrôle interne et gestion des risques*. Paris: Maxima.
- Sandretto, R. (1993). *Le commerce international*. Paris: Arm and Colin.
- Yves, L. (2015). INITIATION A LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE EN SHS. *Mémoire*, 39.
- ZGHAIDA, A, T. A. (2020). La fonction achats et son statut dans l'entreprise. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 302 – 328.

ANNEXES

ANNEXE (A) : LE GUIDE D'ENTRETIEN

Guide d'entretien

Dans le cadre de la préparation de mon mémoire de fin d'études qui porte sur l'importance de la fonction achat dans le commerce internationale "procédure d'achat à l'importation. Je solliciter votre aide pour répondre à mes questions, sachant que l'usage de toute information transmise sera strictement d'ordre scientifique et pédagogique.

I. Concepts sur les opérations d'achats effectuer par l'entreprise

1. En quelle année Tonic industrie a fait sa première importation ? Et pour quelle raison s'est tourné vers le marché internationale ?
2. Quelle sont les produits importés par l'entreprise ?
3. De quels pays vous importez et pourquoi vous choisissez ces pays ?
4. Quels sont les modes de paiement utilisés pour effectuer vos opérations d'importation ?
5. Quelle monnaie de change vous utilisez pour vos échanges financiers ?
6. Quel est l'incoterm utilisé dans vos opérations d'importation ? et pourquoi vous avez choisi cet incoterm ?
7. Quelles sont les obstacles que tonic industrie trouve dans l'opération d'importation ?
8. Quels sont les avantages que tonic industrie trouve dans l'opération d'importation ?

II. Les procédures d'achat à l'importation

1. Comment les différents services expriment leurs besoins ?
2. De quelle façon déroule la consultation ?
3. A partir de quoi vous réceptionnez les offres ?
4. Comment passez-vous la commande ?

III. La réalisation de l'opération d'importation par le crédit documentaire

1. De quelle façon vous procédez à l'ouverture de Credoc ?
2. Comment vous domiciliez l'opération par la banque ?
3. Comment vous expédiez votre marchandise ?
4. Quelle est la méthode d'encaissement et de paiement utilisez ?

ANNEXE (B) : FACTURE PRO-FORMA

ANNEXE (C) : DEMANDE DE PAIEMENT

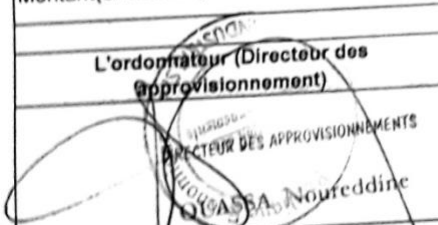
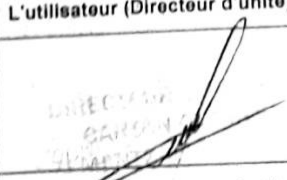
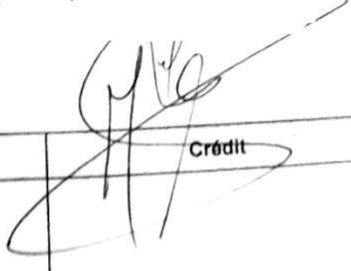


Groupe ALGERIA CHEMICAL SPECIALITIES ACS-SPA
 Entreprise Publique Economique TONIC INDUSTRIE S.p.a
 Société par action au capital social de 30 000 000 000.00 DA



DEMANDE DE PAIEMENT

Direction des Approvisionnements		Date:
Fournisseur / SAICA PAPER	Matière première	CARTON ONDULE
DIRECTION DES APPROVISIONNEMENTS		N°Doss IMP DAP 18-037
Mode de règlement: Traite avalisée	Traite avalisée 100% de la facture . Paiement après l'enlèvement de la marchandise () . Avance () . Paiement à l'enlèvement de la marchandise()	
Espèce:		
Virement bancaire N°	du	
Chèque N°	du	

Nature e la dépense:	Frais de TVA	
Justificatifs: (devis-proforma)	Cople Mail Transitaire + Model De la Traite Avalisée du	
Bénéficiaire du paiement:	Mr Le Receveur Principal Des Douanes TIPAZA	
Montant(en chiffres)	6 161 781 , 24 DA	
Montant(en Lettres)	Six Millions Cent Soixante Et Un Mille Sept Cent Quatre Vingt Et Un Dinars Et Vingt Quatre Centimes	
Traite Avalisée		
L'ordonnateur (Directeur des Approvisionnement)	L'utilisateur (Directeur d'unité)	Contrôlée par:
 DIRECTEUR DES APPROVISIONNEMENTS NOUREDDINE	 DIRECTEUR D'UNITÉ	
Le chef département des finances et budget	Le Directeur de Finance et de la comptabilité	
N° de compte	Débit	Crédit
		

Adresse de correspondance: Zone d'activités de Bou-Ismaïl - Wilaya de Tipaza Algérie
 Tél.: +213 (0) 24 32 57 62 /63 /64 /65 +213 (0) 24 32 57 07/08 Fax: +213 (0) 24 32 57 04/05
 www.tonic-industrie.com / E-mail : info@tonic-industrie.com
 RC. N° 11B 0983263 00/42 N.I.E. 001116098326307 /N.I.S. 001116179011646 /N.A.I. 16176125091

**ANNEXE (D) : CERTEFECAT
D'ORIGINE**

1. Expéditeur, Expéditeur, Destinataire المرسل المرسل SAICA PAPER S.A. INDUSTRIAS CELULOSA ARAGONESA-FABRICAS DE PAPEL SAN JUAN DE LA PEÑA, 144-50015, ZARAGOZA (ESPAGNE) FAX: 34-976-103.110 TEL: 34-976-103.100 3.1.F. A-50002567	N.º 9153051	ORIGINAL
2. Destinataire, Destinataire, Consignee المرسل اليه المرسل EPE TONIC INDUSTRIE SPA ZONE D'ACTIVITE DE BOU ISMAIL WILAYA DE TIPAZA ALGERIE N.I.F.: 001.116.098.326.307	COMUNIDAD EUROPEA COMMUNAUTE EUROPEENNE / EUROPEAN COMMUNITY المجموعة الاقتصادية الأوروبية 欧洲共同体 CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICAT D'ORIGINE / CERTIFICATE OF ORIGIN شهادة المنشأ / 原产地证明	
4. Informaciones relativas al transporte (Mención facultativa) Informations relatives au transport (Mention facultative) Transport details (Optional) مرسلية بواسطة 运输情况 BY VESSEL	3. País de origen, Pays d'origine, Country of origin بلد المنشأ 原产国 SPAIN 5. Observaciones, Remarques, Remarks ملاحظات 备注 ORIGIN SPAIN	
6. N.º de orden, marcas, numeración, número y naturaleza de los bultos, designación de las mercancías N.º d'ordre, marques, numeros, nombre et nature des colis, désignation des marchandises Item number, marks, number and kind of packages, description of goods مواصفات البضاعة: رقم التسلسل، العلامة، رقم الطرود، عدد وطبيعة الطرود 序号；商标；号码；包装件数量和性质；商品种类；	7. Cantidad Quantité Quantity الكمية 数量	
DESCRIPTION OF THE MARCHANDISE .PAPIER TEST BLANCO SAICA .PAPIER TEST LINER DUO SAICA QUANTITE: 3.732.000 KG TOLERANCE: (+/-5 PCT) .ORIGINE: ESPAGNE .CONTRAT DE VENTE: CFR PORT D'ALGER. DOCUMENTARY CREDIT NUMBER: 101LCD1182190501	1.278,614 MT	
8. La autoridad que suscribe certifica que las mercancías designadas son originarias del país que figura en la casilla n.º 3 L'autorité soussignée certifie que les marchandises désignées ci-dessus sont originaires du pays figurant dans la case n.º 3 The undersigned authority certifies that the goods described above originate in the country shown in box 3 تشهد السلطة الموقعة أدناه أن البضائع المذكورة أعلاه مصدرها البلاد المذكورة في الحقل رقم 3 签发该证当局证实上述商品原产于第3栏内所注明的国家 Lugar y fecha de expedición, nombre, firma y sello de la autoridad competente Lieu et date de délivrance, désignation, signature et cachet de l'autorité compétente Place and date of issue, name, signature and stamp of competent authority مكان، تاريخ وتسمية وتوقيع وختم السلطة المختصة		

**ANNEXE (E) : AVIS DOMICILIATION
IMPORTATION**

ETAT IMPORTATION



بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE D'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

Agence : 433 - ALE BOUSMAIL
Agrément : 420404

AVIS DOMICIL ATION IMPORTATION

Client : 001 94892 - EPE TONIC INDUSTRIE SPA
Adresse : ZONE INDUSTRIELLE
Numero Registre :
Idantifiant Fiscal : 001116098326307
Numéro de compte : 433000035030076

Numero Facture : 180708
Date Facture :
Montant : 1700005.00
Monnaie : EUR
Cour Change : 137.6156
Contre Valeur : 233947208.07800
Tarif Douane : 4805241000
Designation : MATIERES PREMIERES
Pays Provenance : E: PAGNE - ES
Pays Origine : E: PAGNE - ES
Mode tranport : COUT ET FRET
Delais : 91(Jours)

Nom Fournisseur : SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAS CELULOSA ARAGONESA
Adresse Fournisseur: SAN JUAN DE LA PENA ,144 50015 ZARAGOZA ESPANA
Mode Reglement : CREDOC PAR IPIEMENT DIFFERE
Type Couverture : AUTORISATIO DE CREDIT AVEC OU SANS MARGE %
Numero : 420404.2018.3.10.00010.EUR
Enregistre le :

ANNEXE (F) : AVIS D'ARRIVÉE



Mediterranean Shipping Company Algeria Sarl

Cooperative En - Nahar N 11 Les Sources, Blr Mourad Rais 16000, Alger
 N.I.F.: 000016001303265 RC: 16/0013032-B-00 Art: 16092001212
 Tel : 021 56 35 50, 021 56 35 60 Fax: 021-56 15 35
 Banque.: AGB 03200001385280120823 Capital:3.800.000 D.A

AVIS D'ARRIVEE

Ref: Navire: VEGA SIGMA voy YA835A Escale: 18/01/115 Accostage: 09/09/2018, Gros: 2669 B/L: MEDUBC143410 Nbr Conteneur(s): 20': 0,40': 146 Nbr Collis: 1321 Poids Brut: 3772 385,00 KG, TARE: 642 400,00 KG Port de Chargement: BARCELONE Quai: 30, Poste: 1 Lieu de Livraison: Port-Sec ACS Alger	Client: A60454 EPE TONIC INDUSTRIE S.P.A
---	--

Article	Description Marchandise
60	REELS PAPER

Fret et Debours	Montant (DZD)
Fret	
Peages	106 313,20
Timbre sur B/L	1 000,00

Produits	Montant (DZD)
Prest. Agence Imp	4 599 000,00
Total Produits	4 599 000,00
Montant TVA (19%)	873 810,00
Total Debours	107 313,20
Total TTC (DZD)	5 580 123,20

En cas de paiement en especes, montant du timbre: 2 500,00 DZD

BOUDJEDRA Ramzi
Charge d'Etudes
A. C. S

Veillez vous munir du connaissance original endosse au moment de l'echange. Dans le cas d un connaissance original « a ordre » un endossement lisible et complet est indispensable pour l operation d echange. Avant de proceder aux formalites d'echange, vous etes invites de transmettre a nos services vos coordonnees et celles de vos clients incluant leur NIF. Tous les reglements de nos factures doivent se faire par cheque, virement ou versement en especes.

Tarifs Surestaries pour les chargements apres le 01/01/2017:

Conteneurs Standards/High Cube: Franchise 15 jours, Mont.Depot avance sur Cntr : 50 000.00 DA 20' / 300 000.00 DA 40'
 -Du 16eme au 22eme jour 20': 18 USD/Jr 40': 36 USD/Jr, Du 23eme au 70eme 20': 36USD/Jr 40': 72 USD/Jr, A partir du 71eme jour 20': 56 USD/Jr 40': 112 USD/Jr
 Equipements Speciaux (Open Top, Fiat, Tank, Plateforme): Franchise 15 jours, Mont.Depot avance sur Cntr : 175 000.00 DA 20' / 350 000.00 DA 40'
 -Du 16eme au 22eme jour 20': 20 USD/Jr 40': 40 USD/Jr, Du 23eme au 70eme 20': 40USD/Jr 40': 80 USD/Jr, A partir du 71eme jour 20': 60 USD/Jr 40': 120 USD/Jr
 Conteneurs Frigos (Reefers): Franchise 3 jours, Mont.Depot avance sur Cntr : 200 000.00 DA 20' / 400 000.00 DA 40'
 -Du 4eme au 15eme jours 20': 55 USD/Jr 40': 110 USD/Jr, A partir du 16eme jour 20': 110 USD/Jr 40': 220 USD/Jr

Les frais de surestaries des conteneurs doivent etre payes au plus tard 07 jours calendaires apres leur restitution.
 Les dommages constatés a l'enlevement doivent etre signales et constatés de fa on contradictoire a l'Expert Maritime dont les coordonnees figurent sur l'Interchang
 Les conteneurs doivent etre restitues sans dommages, propres, sans aucune trace d'ecoulement de produits et sans residus d'emballage. Dans le cas contraire, tous les frais en decoulant seront a la charge du client. Les etiquettes des produits dangereux doivent etre retirees completement du conteneur avant la restitution par La SARL MSCA n est pas tenue par l obligation d aviser sa clientele de l arrivee de ses marchandises.