

L'import en 10 étapes

3^e édition 2014

Guide à l'usage des nouveaux importateurs

Stratégie, sourcing, produits, contrat, livraison,
contrôle qualité, transport, dédouanement, communication, recrutement

En partenariat avec

HSBC 
Commercial Banking



MILLIARD

ET VOUS, QUE FERIEZ-VOUS AVEC 1,5 MILLIARD D'EUROS ?

Pour en savoir plus :

RDV avec votre chargé d'affaires habituel

Tél. 0 810 83 84 85⁽¹⁾

Web www.hsbc.fr/1milliard5

Vos projets sont les nôtres.

HSBC 
Commercial Banking

(1) Du lundi au vendredi de 8h30 à 19h. Coût variable selon opérateurs.

HSBC France - Société Anonyme au capital de 337 189 135 euros - SIREN 775 670 284 RCS Paris - Siège social : 103, avenue des Champs-Élysées - 75008 Paris. Banque et intermédiaire en assurance immatriculé auprès de l'ORIAS (Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance - www.orias.fr) sous le n° 07 005 894.

L'import en 10 étapes

**Guide à l'usage
des entrepreneurs**

3^e édition 2014

Michel Abgrall-Lévy, Jean-Claude Asfour, Pierre Charmillon,
Amélie Dujaud-Momège et Daniel Recchia, Carole Lax, Laure Marcellin

**Sous la direction de
Christine Gilguy**
Rédactrice en chef

ÉDITEUR Sedec SA

11 rue de Milan - 75009 Paris - France
Téléphone : +33 (0) 1 53 80 74 00
www.lemoci.com

Directeur de la publication
Vincent Lалу

RÉDACTION

Rédactrice en chef : Christine Gilguy (31)
Grand reporter : François Pargny (23)
Ont collaboré à ce numéro : Michel Abgrall-Lévy,
Jean-Claude Asfour, Pierre Charmillon,
Amélie Dujaud-Mormège et Daniel Recchia,
Carole Lax, Laure Marcellin
Maquette : Delphine Miot, rédactrice graphiste (37)
Pour joindre votre correspondant
par téléphone, composez
le +33 (0) 1 53 80 74 suivi
des deux derniers chiffres du poste.

PUBLICITÉ

Directeur Commercial :
Philippe Chebanco (10)
Directeur de Clientèle Internationale :
Christophe Bonami (01)
Directrice de Clientèle Internationale :
Pauline Conjard (07)
Antenne régionale sud :
Karine Rosset
(+33 (0) 4 26 84 57 87)
Assistante commerciale
et responsable technique :
Cindy Renaud (14)
Fax de la publicité : +33 (0) 1 49 70 12 69

MOCI EVENEMENTS

Chef de projet pôle Événement :
Benoît de Montmarin
(+33 (0) 1 49 70 12 73)

GESTION, ADMINISTRATION

Directrice générale adjointe :
Delphine Chêne
Directrice de la diffusion et du Web marketing :
Valérie Bardon
Directeur de la fabrication :
Robin Loison
Webmaster : Pierre Lалу
Comptabilité, gestion :
Évelyne Montecat (08), Valérie Perrin
Conception graphique : amarena
Impression
Imprimerie de Champagne
Rue de l'Etoile de Langres
ZI Les Franchises - 52200 Langres
Commission paritaire.
Publication n° 0916 T 81051
ISSN : 0026-9719. Dépôt légal à parution
L'adresse électronique des collaborateurs permanents
est : prénom.nom@lemoci.com

Copyright : toute reproduction, même partielle, des
textes et documents parus dans le présent numéro est
soumise à l'autorisation préalable de la rédaction
Magazine bimensuel.

Abonnement 1 an (24 numéros + Lettre
confidentielle + accès web limité)
285,88 euros TTC.

Service abonnement :
Tél. : 01 53 80 74 30
abonnement@lemoci.com

Tarif étranger : nous consulter

AVANT-PROPOS P. 6

LES AUTEURS P. 8

ÉTAPE 1 LA STRATÉGIE P. 10

1/ Quels enjeux pour les achats
à l'international ? p. 10

2/ Identifier les risques pour
pouvoir s'en prémunir p. 11

3/ Structurer son plan d'action p. 12

4/ Évaluer les capacités
et les besoins de l'entreprise :
le diagnostic import p. 13

5/ Adapter l'organisation interne
de l'entreprise p. 15

6/ Sélectionner ses marchés
potentiels : la matrice Swot p. 16

7/ Optimiser l'utilisation des
sources d'information p. 17

8/ Structurer sa prospection
en intégrant les pratiques
interculturelles p. 17

9/ Utiliser les outils marketing
d'aide à la décision p. 19

10/ Rédiger un cahier des charges
en intégrant les éléments
logistiques p. 20

11/ Calculer un coût de revient
import prévisionnel p. 21

12/ Contrôler ses actions grâce à
des outils de pilotage opérationnels p. 22

ÉTAPE 2 LES FONDAMENTAUX DU SOURCING P. 24

1/ Les points de départ d'une
démarche de sourcing p. 24

2/ Le choix du pays pour
un « sourcing » donné p. 25

- 2.1 Critères de choix du pays
« source »
- 2.2. Les sources d'information

3/ La recherche des fournisseurs
locaux p. 28

- 3.1 Les places de marché
- 3.2 Les intermédiaires à l'importation

4/ L'évaluation des fournisseurs p. 30

ÉTAPE 3 MAÎTRISER SON PRODUIT P. 32

1/ De quoi s'agit-il ? L'espèce
tarifaire (le code des marchandises) p. 32

- 1.1 Comment se compose et se
détermine une nomenclature douanière
- 1.2 Les règles de classement
- 1.3 Le renseignement tarifaire
contraignant (RTC)

2/ Où a-t-il été fabriqué ?
L'origine douanière p. 39

- 2.1 La définition de l'origine
non préférentielle
- 2.2 La définition de l'origine
préférentielle
- 2.3 La déclaration d'origine
sur facture (DOF)
- 2.4 Le renseignement contraignant
sur l'origine (RCO)

3/ Combien vaut-il ? La valeur en
douane p. 43

- 3.1 Comment déterminer la valeur
de son produit
- 3.2 Les différentes valeurs
- 3.3 Valeurs et Incoterms

ÉTAPE 4 VERROUILLER LE CONTRAT D'ACHAT P. 48

1/ Les spécificités des risques
import p. 48

2/ Préparer le contrat p. 48

- 2.1 La clause d'éviction
- 2.2 Clauses exigeant une rédaction
spécifique
- 2.3 Les responsabilités du
fournisseur : les garanties légales

3/ Les solutions de paiement p. 54

- 3.1 Ne pas oublier le risque de change
- 3.2 Choisir un mode de paiement

4/ Sécuriser la bonne exécution
du contrat : les garanties
de marché p. 66

- 4.1 Fondements juridiques à
l'international
- 4.2 Les différents types de garanties

ÉTAPE 5 **PRÉPARER SA LIVRAISON** **OBTENIR SA MARCHANDISE P. 76**

1/ Choisir une règle Incoterms 2010 p. 76

- 1.1 Qu'est-ce qu'une règle Incoterms 2010 ?
- 1.2 Critère de choix n° 1 : maîtrise de ses achats et règles Incoterms 2010
- 1.3 Critère de choix n° 2 : risque et règles Incoterms 2010
- 1.4 Critère de choix n° 3 : paiement et règles Incoterms 2010

2/ Choisir un commissionnaire de transport p. 80

- 2.1 Établir un cahier des charges
- 2.2 Critères de choix d'un prestataire
- 2.3 Assurer le suivi de la qualité

3/ Négocier l'emballage, les contrôles avant départ et les documents p. 83

- 3.1 L'emballage
- 3.2 Les contrôles avant départ
- 3.3 Les documents

ÉTAPE 6 **CONTRÔLE, QUALITÉ** **ET CERTIFICATION P. 88**

1/ Le cahier des charges client et les points de contrôle p. 89

2/ Les normes à respecter pour l'import dans l'UE p. 90

- 2.1 Les directives européennes
- 2.2 Les normes ISO

3/ Les moyens et organismes de contrôle p. 91

4/ Les litiges et les contrefaçons p. 92

- 4.1 Que faire en cas de litige ?
- 4.2 Que faire en cas de contrefaçon ?

ÉTAPE 7 **CONTRÔLER** **LE TRANSPORT P. 94**

1/ L'introduction par la route p. 94

- 1.1 La préparation des produits
- 1.2 Les documents
- 1.3 Le chargement et/ou le déchargement
- 1.4 La facturation

2/ L'importation maritime p. 98

- 2.1 La préparation des produits
- 2.2 Les documents
- 2.3 Le chargement et/ou déchargement
- 2.4 La facturation

3/ L'importation en groupeage en aérien p. 100

- 3.1 La préparation des produits
- 3.2 Les documents
- 3.3 Le chargement et/ou le déchargement
- 3.4 La facturation

4/ L'expédition en express p. 103

- 4.1 La préparation des produits
- 4.2 Les documents
- 4.3 Le chargement et/ou le déchargement
- 4.4 La facturation

ÉTAPE 8 **DÉDOUANER** **SA MARCHANDISE P. 106**

1/ Les formalités à l'importation p. 107

- 1.1 La prise en charge
- 1.2 Le magasin et aire de dépôt temporaire
- 1.3 L'arrivée au bureau de destination

2/ Les obligations déclaratives p. 109

- 2.1 Qui déclare ?
- 2.2 La responsabilité
- 2.3 Le support : Le document administratif unique (DAU)
- 2.4 Les procédures de dédouanement
- 2.5 La convention

3/ La dette douanière p. 112

- 3.1 Les droits et taxes
- 3.2 Le contingent d'achat en franchise
- 3.3 La liquidation

4/ Le choix du régime douanier p. 113

- 4.1 Le régime du transit
- 4.2 La mise en libre pratique (MLP)
- 4.3 La mise en libre pratique suivie d'une mise à la consommation (MAC)
- 4.4 L'admission temporaire
- 4.5 Le perfectionnement actif
- 4.6 La transformation sous douane
- 4.7 La destination particulière
- 4.8 L'entrepôt douanier de stockage

ÉTAPE 9 **COMMUNIQUER** **À L'IMPORT P. 118**

1/ Les moyens de communication p. 118

- 1.1 Le courriel
- 1.2 Quelques règles de rédaction
- 1.3 Le téléphone
- 1.4 La visioconférence
- 1.5 La visite sur place

2/ La négociation avec un fournisseur étranger : l'interculturel p. 121

- 2.1 La préparation
- 2.2 La négociation
- 2.3 Les aspects interculturels

3/ Les clés d'une négociation « win-win » p. 123

ÉTAPE 10 **ACHETEUR :** **UN METIER, DES FORMATIONS P. 124**

1/ Le poste achat: un élément clé à l'import p. 124

- 1.1 L'évolution de la fonction
- 1.2 Les différentes organisations

2/ Acheteur: un métier à part entière p. 126

- 2.1 La fonction d'acheteur
- 2.2 Les compétences pour exercer ce métier
- 2.3 Rayon d'action
- 2.4 L'éthique, les règles, la notion d'interculturel: profils et qualités requises

3/ Organiser le processus achat p. 130

- 3.1 Identifier et définir ses besoins
- 3.2 Rechercher des fournisseurs et lancer les appels d'offres
- 3.3 Analyser les offres
- 3.4 Négocier pour réduire les coûts
- 3.5 Signer le contrat

4/ Les formations p. 131

- 4.1 Les principales filières
- 4.2 Les diplômes

5/ Le recrutement p. 133

ANNEXE P. 134

POUR VOUS ABONNER

France : **01 53 80 74 30**

abonnement@lemoci.com - Toutes nos offres p. 65

Avant-propos

Entrepreneurs, votre *supply chain* fait partie de votre compétitivité !

Une étude publiée en novembre 2012 par le cabinet d'audit et de conseil PWC avance que les entreprises qui considèrent la *supply chain* comme un atout stratégique génèrent une rentabilité accrue de 30 %, et fidélisent au passage des clients de plus en plus exigeants en matière de qualité et de délais d'approvisionnement !

La *supply chain*, ou chaîne d'approvisionnement, est, de fait, considérée comme un élément clé de l'organisation d'une entreprise compétitive et performante dans le contexte de mondialisation que nous vivons, qui impose une vision stratégique internationale. Depuis trois ans, une prise de conscience s'est d'ailleurs produite quant aux grands risques que faisait peser, à l'échelle internationale, une trop forte concentration de fournisseurs dans une seule zone : la paralysie du Japon pendant plusieurs semaines, liée à la double catastrophe du tremblement de terre et du tsunami de mars 2011, a paralysé des chaînes de production de produits électroniques ou automobiles pendant de longues semaines ; même effets pour les récentes inondations géantes qui ont frappé la Thaïlande en octobre 2013, pays qui avait déjà subi d'énormes dégâts en 2011.

Début 2014, plusieurs études de grandes compagnies d'assurance ont confirmé cette prise de conscience et l'intérêt croissant porté aux risques *supply chain* : le risque d'interruption d'activité lié à la chaîne d'approvisionnement – les spécialistes parlent du risque *supply chain* – est ainsi arrivé, avec 46 % des personnes interrogées, en tête des risques du dernier baromètre des risques du groupe d'assurance Allianz⁽¹⁾, élaboré à partir d'une enquête auprès d'experts des assurances de 30 pays.

L'importation est au cœur du sujet tant le *sourcing* est devenu international, qu'il s'agisse de produits finis, semi-finis ou de matières premières. En 2013, les importateurs français ont acheté pour 496,83 milliards d'euros de biens en provenance de quelque 240 pays et territoires ! Les dix premiers représentent certes 65,6 % du total, mais dans ce top 10, si l'on trouve encore six pays de l'Union européenne et la Suisse, les trois autres proviennent du grand export : Chine, États-Unis, Russie... On estime globalement qu'en Europe, les achats pèsent en moyenne pour 60 % du chiffre d'affaires des entreprises. La part des produits importés dans nos propres exportations (435,64 milliards d'euros en 2013) est sans doute supérieure.

Dans ce contexte, on ne le répètera jamais assez, les

entrepreneurs ne doivent pas traiter l'import à la légère ! La maîtrise des risques et des techniques du *sourcing* et de la chaîne d'approvisionnement qui découlent de l'internationalisation, l'optimisation de la politique d'importation en fonction d'un projet stratégique bien défini, sont non seulement des atouts pour son projet d'entreprise, mais aussi une source d'efficacité et de différenciation vis-à-vis de la concurrence. Les enjeux sont d'autant plus importants pour les PME qu'elles sont souvent fragiles financièrement et que beaucoup ne survivraient pas à des incidents qui provoqueraient des arrêts prolongés de leurs activités. D'où l'utilité de ce guide sur les dix étapes de l'import, dont nous publions la 3^e édition révisée, complètement indispensable de notre Guide l'Export en dix étapes⁽²⁾. Nous y proposons des réponses concrètes et précises aux questionnements d'entrepreneurs qui en sont à leurs débuts en matière de *sourcing* international et d'import.

Petit florilège : par où commencer ? Comment être sûr que ce fournisseur est fiable ? Que dois-je prévoir dans mon cahier des charges ? Comment éviter les escrocs ou les contrefacteurs ? Qu'est-ce que l'origine d'un produit et pourquoi est-ce important ? Comment payer mon fournisseur avec un crédit documentaire ? Dois-je me préoccuper du choix du transporteur ? Quelle est la loi qui s'applique au contrat d'achat ? Quelles sont les procédures de dédouanement ? Où puis-je trouver de l'info, du conseil ?

Les sept auteurs de ce guide, tous et toutes professionnel (le)s de terrain chacun(e)s dans leurs spécialités, fournissent les réponses à ces questions et à bien d'autres dans chacune des étapes. Tout chapitre peut être lu indépendamment des autres, mais tous correspondent à des questionnements qui surgissent, un jour ou l'autre, sur le chemin de l'importateur : stratégie, *sourcing* et recherche de fournisseur, maîtrise du produit (espèce, valeur, origine), contrat d'achat, aspects logistiques, contrôles qualité, transport, dédouanement, communication, recrutement de personnel dédié.

Christine Gilguy
Rédactrice en chef

(1) Allianz Risk Barometer 2014, janvier 2014.

Site : www.agcs.allianz.com

(2) *L'export en 10 étapes*, 4^e édition 2014, *Guide à l'usage des nouveaux exportateurs* (Le Moci n°1951, 31 octobre-13 novembre 2013) sur www.lemoci.com



L'acteur clé de la logistique internationale



5
continents

40
pays

3500
collaborateurs

un savoir-faire unique
des solutions sur-mesure