LE MOCI

ÉDITEUR Sedec SA
29, rue de Clichy
75009 Paris - France
Téléphone : +33 (0) 1 53 80 74 00
www.lemoci.com
Directeur de la publication
Vincent Lalu

RÉDACTION
Rédactrice en chef : Christine Gilguy (31)
Grand reporter : François Pargny (23)
Ont collaboré à ce numéro : Venice Affre, Jean-Claude Asfour, Pierre Charmillon, Amélie Dujaud-Momège et Daniel Recchia, Carole Lax, Rodolphe Lucas, 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
Conseiller du Président :
Philippe Chebance (10)
Directrice Conseil et Développement :
Karine Rosset
Tél. : + 33 (0)4 91 28 60 26
Chef de Publicité :
Camille Lebray (01)
Assistante commerciale et responsable technique :
Cindy Colle (14)
Fax de la publicité : +33 (0) 1 49 70 12 69

MOCI EVENEMENTS
Directrice associée : Saskia Paulmier
+ 33 (0)1 49 70 12 73

GESTION, ADMINISTRATION
Directrice générale adjointe :
Michèle Marcaillou

Directrice du marketing :
Victoria Irizar

Directeur de la fabrication :
Robin Loison

Webmaster :
Pierre Lalu

Comptabilité, gestion :
Évelyne Montecot (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.
Photos de couverture : Fotolia.com

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

La Vie du Rail* ou *Le Moci
Service abonnements
29, rue de Clichy - 75009 Paris
Tél. : 01 49 70 12 20
Tarif étranger : nous consulter

SOMMAIRE n° 2018 du 29 septembre 2016

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 26

1/ Les points de départ d'une démarche de sourcing p. 26

2/ Le choix du pays pour un « sourcing » donné p. 27
• 2.1 Critères de choix du pays « source »
• 2.2. Les sources d'information

3/ La recherche des fournisseurs locaux p. 29
• 3.1 Les places de marché
• 3.2 Les intermédiaires à l'importation

4/ L'évaluation des fournisseurs p. 31

ÉTAPE 3 MAÎTRISER SON PRODUIT P. 34

1/ De quoi s'agit-il ? p. 34
• 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 ? p. 40
• 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 ? p. 44
• 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. 50

1/ Les spécificités des risques import p. 50

2/ Préparer le contrat p. 50
• 2.1 Clauses exigeant une rédaction spécifique à l'import
• 2.2 Les responsabilités du fournisseur : les garanties légales

3/ Les solutions de paiement p. 56
• 3.1 Ne pas oublier le risque de change
• 3.2 Choisir un mode de paiement

4/ Sécuriser la bonne exécution du contrat p. 68
• 4.1 Fondements juridiques à l'international
• 4.2 Les différents types de garanties

ÉTAPE 5 PRÉPARER SA LIVRAISON OBTENIR SA MARCHANDISE P. 78

1/ Choisir une règle Incoterms®ICC 2010 p. 78
• 1.1 Qu'est-ce qu'une règle Incoterms®ICC 2010 ?
• 1.2 Critère de choix n° 1 : maîtrise de ses achats et règles Incoterms®ICC 2010
• 1.3 Critère de choix n° 2 : risque et règles Incoterms®ICC 2010
• 1.4 Critère de choix n° 3 : paiement et règles Incoterms®ICC 2010

2/ Choisir un commissionnaire de transport p. 83
• 2.1 Que faire lorsque l'on est un petit opérateur
• 2.2 Établir un cahier des charges
• 2.3 Critères de choix d'un prestataire
• 2.4 Assurer le suivi de la qualité

3/ Négocier l'emballage, les contrôles avant départ et les documents p. 87
• 3.1 L'emballage
• 3.2 Les contrôles avant départ
• 3.3 Les documents

ÉTAPE 6 CONTRÔLE, QUALITÉ ET CERTIFICATION P. 92

1/ Le cahier des charges client et les points de contrôle p. 93

2/ Les normes à respecter pour l'import dans l'UE p. 94
• 2.1 Les directives européennes
• 2.2 Les normes ISO

3/ Les moyens et organismes de contrôle p. 95

4/ Les litiges et les contrefaçons p. 96
• 4.1 Que faire en cas de litige ?
• 4.2 Que faire en cas de contrefaçon ?

ÉTAPE 7 CONTRÔLER LE TRANSPORT P. 98

1/ L'introduction par la route p. 98
• 1.1 La préparation des produits
• 1.2 Les documents
- 1.2.1 Le document de transport
- 1.2.2 La douane
- 1.2.2.1 Le DEB
- 1.2.2.2 Procédures particulières pour les achats en Hongrie
- 1.2.2.2 Procédures particulières pour les achats en Allemagne et au Luxembourg
- 1.2.3 Les autres documents
• 1.3 Le chargement et/ou le déchargement
• 1.4 La facturation

2/ L'importation maritime p. 103
• 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 groupage en aérien p. 104
• 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. 107
• 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. 110

1/ Les formalités à l'importation p. 111
• 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. 113
• 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. 116
• 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. 117
• 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. 122

1/ Les moyens de communication p. 122
• 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. 125
• 2.1 La préparation
• 2.2 La négociation
• 2.3 Les aspects interculturels

3/ Les clés d'une négociation « win-win » p. 127

ÉTAPE 10 ACHETEUR : UN METIER, DES FORMATIONS P. 128

1/ Le poste achat : un élément clé à l'import p. 128
• 1.1 L'évolution de la fonction
• 1.2 Les différentes organisations

2/ Acheteur : un métier à part entière p. 130
• 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. 133
• 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. 135
• 4.1 Les principales filières
• 4.2 Les diplômes

5/ Le recrutement p. 136

ANNEXE P. 138

POUR CONTACTER LA RÉDACTION
01 53 80 74 06

POUR JOINDRE LE SERVICE PUBLICITÉ
+33 (0)1 49 70 12 07

POUR VOUS ABONNER
01 49 70 12 20
abonnement@lemoci.com - Toutes nos offres p. 47