

CREDENDO  
GROUP

TURNING  
UNCERTAINTIES  
INTO OPPORTUNITIES.

À première vue, la situation semblait bouchée.

En y regardant de plus près, nous y avons trouvé plein de débouchés.

Il suffit qu'un de nos clients réclame de l'aide à Hywel Griffith, notre risk underwriter, pour que cet homme de chiffres se transforme en homme d'action. En effet, quand il a appris qu'une entreprise partenaire de notre client, implantée au Botswana, était une start-up incapable de produire des résultats financiers, il a pris ses responsabilités et s'est rendu sur place pour une visite marathon de 5 jours. Les installations qu'il a découvertes, les réunions qu'il a menées et les investissements consentis lui ont prouvé que, malgré son absence de passé, l'entreprise était définitivement prête pour l'avenir. Complètement rassuré, il a accepté de couvrir les risques. Mieux encore,

il en a augmenté la couverture de 48%. Hywel Griffith aurait pu prendre une mauvaise décision. Il a préféré prendre un avion.

Feel inspired

**VADE-MECUM  
DE L'EXPORTATEUR  
WALLON**



# Feel inspired

Tomorrow starts today



**Vous ambitionnez un développement international ?  
Alors, ensemble, mettons le cap !**

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultance en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux, ... : l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain.

**Laissez-vous inspirer par l'exportation !**

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / [www.awex.be](http://www.awex.be)



LE MAGAZINE  
ET LES GUIDES

LA LETTRE  
INTERNATIONALE

LES SALONS

L'ASSISTANCE

LES FORMATIONS

L'INGÉNIERIE FINANCIÈRE

CLUB WTC EXPORTEAM

# CLASSE EXPORT

LE FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL

*Des produits et services  
complémentaires étudiés  
pour les entreprises qui travaillent  
à l'international.*



#### Le Magazine et les guides

**UTILE ET PRATIQUE**, le magazine est fort de 7 400 abonnés et plus de 35 000 lecteurs tous les mois. Les guides spécialisés sur les techniques du commerce international et les marchés étrangers sont des références à l'international.

#### Les Salons

**PLUS DE 15 000 RENDEZ-VOUS BtoB** sont organisés chaque année. En un ou deux jours les entreprises disposent d'opportunités ciblées et de contacts qualifiés selon leurs problématiques techniques ou marchés.

#### L'Assistance

**UNE ÉQUIPE D'EXPERTS DÉDIÉS** qui fournissent chaque jour aux abonnés des réponses techniques et commerciales indispensables aux exportateurs pour faciliter leurs opérations et limiter leurs risques.

#### Les Formations

**OPÉRATIONNELLES**, elles répondent au besoin précis d'une entreprise : technique, juridique, transport, sensibilisation interculturelle, préparation à l'expatriation.

#### L'Ingénierie financière

**RECHERCHE DE CAPITAUX**, publics ou privés dédiés à l'expansion internationale, montage de dossiers, relations privilégiées avec les organismes financeurs.

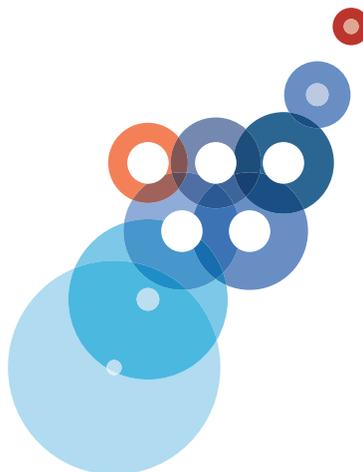
#### Le Club WTC Exporteam

**CLUB D'EXPORTATEURS FRANÇAIS**, 1er réseau d'échange et de partage d'expériences des entreprises de croissance à l'international.

[www.classe-export.com](http://www.classe-export.com)

Classe Export sas - 100 route de Paris - 69260 CHARBONNIERES - Tél. 04 72 59 10 10 - Mail : [info@classe-export.com](mailto:info@classe-export.com)

# Éditorial



Que votre entreprise envisage de se lancer à l'international ou que vous soyez déjà un exportateur expérimenté, vendre à l'étranger comporte toujours une part de risques.

C'est d'abord un acte stratégique, nécessairement fondé sur des choix « marchés », des options « marketing » et des prises de décisions, qui orientent tant la communication que la prospection. Toutes les composantes d'une telle politique se préparent soigneusement avec des objectifs précis. Exporter est aussi un acte technique, car il nécessite une maîtrise réglementaire parfois complexe à dimension juridique, logistique, fiscale ou douanière, mais aussi une bonne connaissance des filières et méthodes de financement.

Ainsi présenté, s'internationaliser pourrait s'appréhender, et serait une démarche réservée à une élite d'entreprises, dont la taille et les moyens seraient à même de juguler les impératifs liés au temps et au coût. C'est une perception fautive, dès lors que la part laissée à l'improvisation est réduite du mieux possible et que l'ensemble de l'action se bâtit sur une réflexion professionnelle. C'est simplement le propre de toute aventure humaine. Et à bien des égards, exporter est affaire d'hommes et de femmes.

En Wallonie, les entreprises réalisent en moyenne 70% de leur chiffre d'affaires à l'exportation, une moyenne double par rapport à celle de l'Union européenne. L'ouverture au monde est ancrée dans l'ADN des milieux économiques wallons, même si, au vu de l'exiguïté du marché domestique, il est vital qu'au quotidien, de nouvelles entreprises, et singulièrement des PME, viennent grossir le nombre de nos exportateurs et performer sur des marchés toujours plus diversifiés géographiquement.

Ce Vade-mecum ambitionne modestement de vous y aider. Il ne propose aucune recette miracle. Par contre, il poursuit au moins trois objectifs.

En premier lieu, si exporter reste un défi, votre entreprise n'est pas isolée pour le relever. Cet ouvrage entend vous orienter dans tout le dispositif de soutiens public et privé qui, au fil du temps, s'est tissé pour accompagner votre entreprise sur les marchés étrangers. Il y a bien sûr l'AWEX, qui est le partenaire naturel de tous les exportateurs wallons. Mais il existe bien d'autres opérateurs qui, dans un rôle spécifique, peuvent vous apporter le coup de pouce et les conseils nécessaires en matière de financement, de transport, de recrutement, de droit commercial, ...

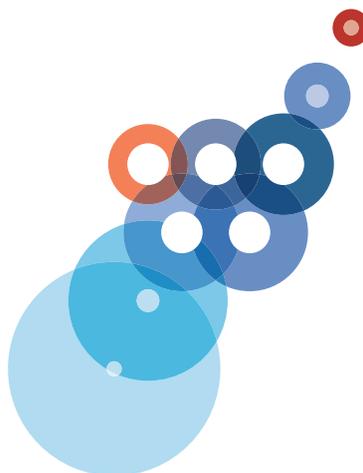
Deuxièmement, plusieurs chapitres jettent quelques bases méthodologiques sur la façon la plus adéquate de franchir les principales étapes d'exportation puis d'internationalisation à plus grande échelle : de la prospection initiale jusqu'aux questions d'expatriation du personnel dans le cas de représentation ou d'implantation à l'étranger.

Enfin, diverses régions du monde, tantôt marchés de proximité, tantôt zones à fort potentiel émergent, ont été passées sous la loupe, grâce à l'éclairage de 13 Attachés économiques et commerciaux de l'AWEX, mais aussi de quelques entreprises qui ont prêté très utilement leurs témoignages et expériences.

Ce guide se veut avant tout pratique. Il a été rédigé par Classe Export, spécialisé dans les publications techniques relatives au commerce extérieur, avec le concours de l'AWEX et de nombreux experts. Nous espérons que sa lecture vous sera profitable et qu'elle puisse vous inspirer sur les chemins de l'export.

# Sommaire

	Page
<b>Introduction</b>	
“Feel inspired !”, nouvelle politique de marque territoriale de la Wallonie	<b>6</b>
<b>Chapitre 1</b>	
Les acteurs du dispositif wallon de soutien à l’exportation	<b>11</b>
<b>Chapitre 2</b>	
Les pôles de compétitivité & les clusters wallons	<b>27</b>
<b>Chapitre 3</b>	
Exporter : quelles stratégies ? témoignages des Attachés Économiques et Commerciaux de l’Awex (AEC) & d’entreprises	<b>31</b>
<b>Chapitre 4</b>	
Les outils de prospection	<b>63</b>



	Page
<u>Chapitre 5</u>	
Les incitants financiers	<b>73</b>
<u>Chapitre 6</u>	
Les opérations de commerce international	<b>93</b>
<u>Chapitre 7</u>	
Les opérations douanières	<b>107</b>
<u>Chapitre 8</u>	
Les moyens de paiement & la sécurisation du poste client	<b>133</b>
<u>Chapitre 9</u>	
Les opérations de transport et de logistique	<b>163</b>

# “Feel inspired !”

## la politique de marque de la Wallonie

A l'exemple de nombreuses villes, régions ou pays dans le monde, la Wallonie a initié en 2011 une démarche de branding territorial.

C'est à l'AWEX que le Gouvernement wallon a confié la mise en œuvre de cette politique de marque (*voir encadré*), qui doit d'abord servir l'attractivité internationale de la région puis, dans la foulée, s'épanouir dans un maximum de sphères domestiques publiques et privées.

Etabli par le cabinet de consultance MCKINSEY sur base d'une méthodologie très élaborée, le positionnement maître (*voir encadré p. 7*) est celui de l'ouverture au monde. Il doit être considéré dans une double acception : révélatrice, d'une part, de la capacité naturelle d'internationalisation des entreprises, mais aussi de tout type d'opérateurs ou créateurs en ce compris culturels, traductrice, d'autre part, du sens de l'accueil des Wallons dans toute sa dimension multiculturelle.

### Qu'est-ce que le branding territorial ?

Le branding (ou marketing) territorial est **une démarche d'attractivité d'un territoire à l'égard de cibles clairement définies**. Il est fondé sur **un positionnement différenciateur**, devant conférer **un avantage compétitif** durablement supérieur vis-à-vis des entités concurrentes. C'est une approche orientée « demande », qui place le « client » au cœur de la démarche. C'est en fonction des atouts recherchés par les cibles et de leur perception du territoire que le positionnement est construit. La pertinence de ce positionnement doit aussi être vérifiée auprès des résidents.

Cette démarche d'attractivité doit mobiliser un maximum d'acteurs de terrain pour la soutenir.

**Son implémentation** doit se concevoir dans la cohérence. Les effets de la démarche doivent dès lors se mesurer en aval par le biais d'**indicateurs qualitatifs et quantitatifs**.

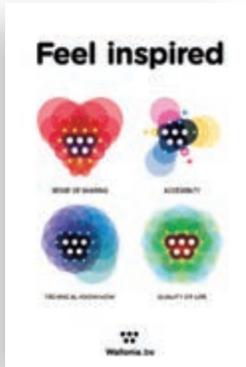
Une première étape a été franchie fin 2013 suite à l'application de l'univers visuel (*voir ci-contre*) de cette marque aux principaux départements publics dont le core business est directement orienté à l'international. Cette phase initiale se traduit aussi par le lancement d'une nouvelle campagne de visibilité dans la presse étrangère susceptible de toucher les cibles principales visées par la marque, à savoir les investisseurs, les acheteurs, les touristes, les étudiants et les résidents étrangers.

Mais une politique de branding territorial dépasse très largement le stade d'une simple identité visuelle. Elle relève bien plus encore d'un état d'esprit qui cheville les actions et les comportements que doivent inspirer la marque. Dans le chef de la marque wallonne, outre bien évidemment le renforcement des soutiens apportés à tout opérateur désireux de se développer internationalement, cela signifie aussi prendre toutes les mesures susceptibles de démontrer la compétitivité et l'attrait de la région à et pour l'international.

Par exemple : accueillir régulièrement de grands événements, accroître le nombre d'opérateurs actifs dans les programmes européens ou les programmes de développement avec le Sud, conscientiser les jeunes aux filières d'échanges d'étudiants et aux séjours de longue durée à l'étranger, accentuer l'apprentissage des langues, favoriser la politique de réseautage,...

Ce projet relève d'une volonté mobilisatrice, car il doit assurer de la cohérence à l'image donnée par la Wallonie. C'est en cela qu'à terme, il est vecteur de croissance. ■

## Transcription visuelle du positionnement



← Type d'affiche  
dans les aéroports

Type d'insertion →  
dans la presse écrite  
internationale

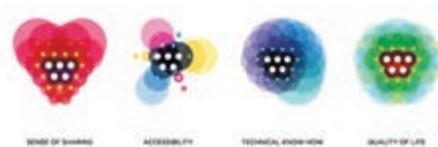


**La signature Feel Inspired** est la traduction de l'ouverture au monde. Elle est invitation plutôt qu'affirmation (preuve d'ouverture). C'est une invitation à trouver en Wallonie la source d'inspiration et de créativité (esprit d'ouverture).

**Les autres forces de la Wallonie** (atouts reconnus mais non différenciateurs) sont exprimés dans la communication mais non directement dans la marque. Symboliquement, elles sont représentées par quatre auras.

**Le symbole des cinq points du logo Walloonia.be** représente l'expression constitutive la plus simplifiée de l'initiale W. Symboliquement, ils représentent les points d'une trame reliant les cinq parties du monde.

**Le .be** relie l'appartenance et l'attachement de la Wallonie à la Belgique.



### Cibles et positionnement de la marque wallonne

- **Cibles** : investisseurs, acheteurs, touristes, étudiants et résidents étrangers. Mais la démarche vise aussi *de facto* le public domestique (résidents wallons).

- **Axes du positionnement** :

- Atout compétitif ou concurrentiel différenciateur : l'ouverture au monde.
- Atouts complémentaires reconnus à la Wallonie par les cibles mais non différenciateurs (par rapport à tout ou partie des concurrents) : sens du partage, accessibilité (position géographique et qualité des infrastructures), capacité d'innovation et de savoir-faire technologique, qualité de vie.
- Association territoriale recommandée : appartenance à la Belgique.
- Architecture de marque : pas de déclinaisons en fonction des publics cibles. L'atout concurrentiel est transposable pour chacun d'eux.

# Tendances structurelles des exportations wallonnes

## 1. Augmentation des parts de marché

Alors que la Wallonie représente approximativement 0,10% du PIB mondial, les entreprises wallonnes assurent 0,30% du commerce mondial. Près de 70% du chiffre d'affaires global des firmes wallonnes vont à l'exportation, ce qui est l'un des taux d'exportation les plus importants au monde (moyenne de l'UE : 30%).

Le dynamisme du commerce extérieur wallon depuis le milieu des années nonante est révélé par une croissance moyenne de 6,3% de nos exportations sur la période 1996-2012, ce qui place la Wallonie en première position belge et en bonne position face à ses principaux concurrents européens. Au cours des 15 dernières années, la Wallonie n'est devancée que par le score à l'exportation des Pays-Bas (+7,0%) et de l'Allemagne (+6,9%), alors qu'elle se situe au-dessus des résultats de la Flandre (+6,1%), de l'UE15 (+5,9%) et de la France (+4,6%).

Il en résulte que les entreprises wallonnes ont augmenté leur part de marché face à leurs concurrents européens depuis 15 ans. Le poids de la Wallonie dans les exportations de l'UE15 est passé de 0,94% en 1996 à 1,00% en 2012, ce qui représente une croissance de 6,2% de part de marché. A titre de comparaison, le poids de la Flandre dans le total du commerce extérieur de l'UE15 n'augmente que de 1,7% sur la même période, passant de 4,67% en 1996 à 4,75% en 2012.

La Wallonie est la seule région belge à connaître un excédent commercial, lequel est de l'ordre de 5,9 Mds € en 2012. La Flandre présente un déficit d'échanges avec le reste du monde s'élevant l'année dernière à 7,5 Mds €. Quant à la Région bruxelloise, elle montre un déficit commercial de 5,6 Mds €.

Par conséquent, seul le caractère fortement excédentaire de la balance commerciale wallonne en 2012 permet à la Belgique de ne pas subir une détérioration plus forte de son déficit commercial, lequel atteint

7,1 Mds €. L'excédent commercial de la Wallonie représente 12% de son PIB. C'est une performance tout à fait remarquable qui n'est surpassée que par celle de l'Irlande dans les pays de l'UE, laquelle réalise un excédent commercial qui s'élève à 24% de son PIB.

## 2. Diversification géographique

L'orientation géographique des exportations wallonnes sur le long terme va clairement dans le sens d'un accroissement de leur internationalisation hors des sphères européennes traditionnelles.

Depuis le milieu des années nonantes, les exportations des firmes wallonnes hors UE progressent à un rythme moyen beaucoup plus rapide (+8,0%) que celui de nos ventes au sein de l'UE27 (+5,4%). De 1996 à 2012, les exportations wallonnes se développent avec dynamisme dans l'ensemble des régions hors UE, notamment en Europe centrale et orientale (+11,6%), en Amérique latine (+11,4%) et en Amérique du Nord (+10,5%). Le bilan de nos exportations au Proche et Moyen-Orient (+7,5%) et en Extrême-Orient (+7,5%) est également positif, mais à un niveau de croissance légèrement moins élevé. Les régions hors UE représentent maintenant 22,0% du total des exportations wallonnes, comparativement à 16% voilà plus de 15 ans.

Quant aux BRICS, nos exportations y ont augmenté en moyenne de 10,4% de 1996 à 2012. Durant cette période, la croissance annuelle moyenne des exportations wallonnes est substantielle vers le Brésil (+17,6%), la Russie (+13,8%), la Chine (+12,4%), ainsi que vers l'Inde (+8,6%) et l'Afrique du Sud (+7,5%), quoique à une cadence plus modérée. La part des cinq pays BRICS dans le total du commerce extérieur wallon a presque doublé depuis environ 15 ans, passant de 2,0% en 1996 à 3,9% en 2012.

Cela révèle sans ambiguïté que, malgré le climat économique international difficile des dernières années, nos entreprises sont demeurées audacieuses à la grande exportation en tirant profit des opportunités de marchés existants dans les pays émergents qui ont été dans l'ensemble moins affectés par la crise financière. Ce constat corrobore la décision stratégique de l'AWEX d'accentuer son soutien à la prospection dans les pays émergents et en développement qui constitue une source de débouchés commerciaux importants pour nos exportateurs en contrepartie des difficultés qu'ils peuvent rencontrer sur les marchés européens limitrophes.

### 3. Orientation vers les secteurs à haute intensité technologique

La ventilation sectorielle des exportations wallonnes révèle qu'une part de plus en plus importante du total de notre commerce extérieur est réalisée par des secteurs dits à haute intensité technologique que sont les produits des industries chimiques (produits pharmaceutiques et chimie fine), les machines et équipements électriques et électroniques (machinerie industrielle et matériel électrique, électronique et informatique), le matériel de transport (navigation aérospatiale) et les instruments de contrôle et de précision. Le poids de ces secteurs à forte dimension technologique dans le total de nos exportations a augmenté de 35,4% durant la période 1996-1998 à 47,8% au cours de la période 2010-2012.

Cela constitue une évolution très positive qui traduit l'émergence, depuis une décennie, d'une nouvelle génération d'entreprises exportatrices tournées vers des secteurs de pointe à haute valeur ajoutée, tels que l'aéronautique, le spatial, le génie mécanique et la mécatronique, les sciences du vivant (biotechnologie et biopharmaceutique), les nouvelles technologies de l'information, les télécommunications, les nouveaux matériaux, les technologies agro-industrielles et les technologies environnementales. La majorité de ces secteurs de pointe sont caractérisés par la présence de pôles de compétitivité à vocation mondiale qui furent créés dans le cadre du Plan Marshall.

La poursuite de la transformation de la composition sectorielle de nos échanges extérieurs vers des produits à plus forte teneur technologique est donc fondamentale pour accroître le potentiel de croissance futur de nos exportations à l'échelle mondiale.

C'est pour cette raison que l'AWEX, en conformité avec la politique régionale de développement des clusters et des pôles de compétitivité, vise à renforcer son approche sectorielle dans la prospection des marchés étrangers en encourageant des démarches internationales communes avec les regroupements sectoriels. A titre d'exemple, l'AWEX a réalisé 56 actions en 2013 en collaboration avec les clusters et pôles de compétitivité wallons, soit 30% du programme, et cela sans préjudice des actions mises en œuvre à destination des autres secteurs wallons.

**Depuis la création des pôles de compétitivité, l'AWEX a contribué à financer 1 380 projets ou démarches de promotion des exportations et de la visibilité internationale des pôles. Parmi ces projets et démarches, il faut noter que l'AWEX a effectué depuis 2005, en pleine collaboration avec les pôles, 225 actions à l'étranger ciblées sur leur stratégie de développement international.**

Le soutien de l'AWEX se traduit par une augmentation du potentiel de développement des exportations wallonnes dans les secteurs couverts par les pôles de compétitivité (aéronautique et spatial, transport et logistique, sciences du vivant, génie mécanique, agro-industrie, chimie et matériaux durables). Le taux de croissance annuel moyen des exportations wallonnes depuis 2005 dans les six secteurs concernés par les pôles est de 6,2%. Ce résultat devance largement la progression moyenne (+4,0%) des exportations de l'UE15 et de nos quatre voisins (Flandre, France, Allemagne et Pays-Bas) dans les mêmes secteurs. ■





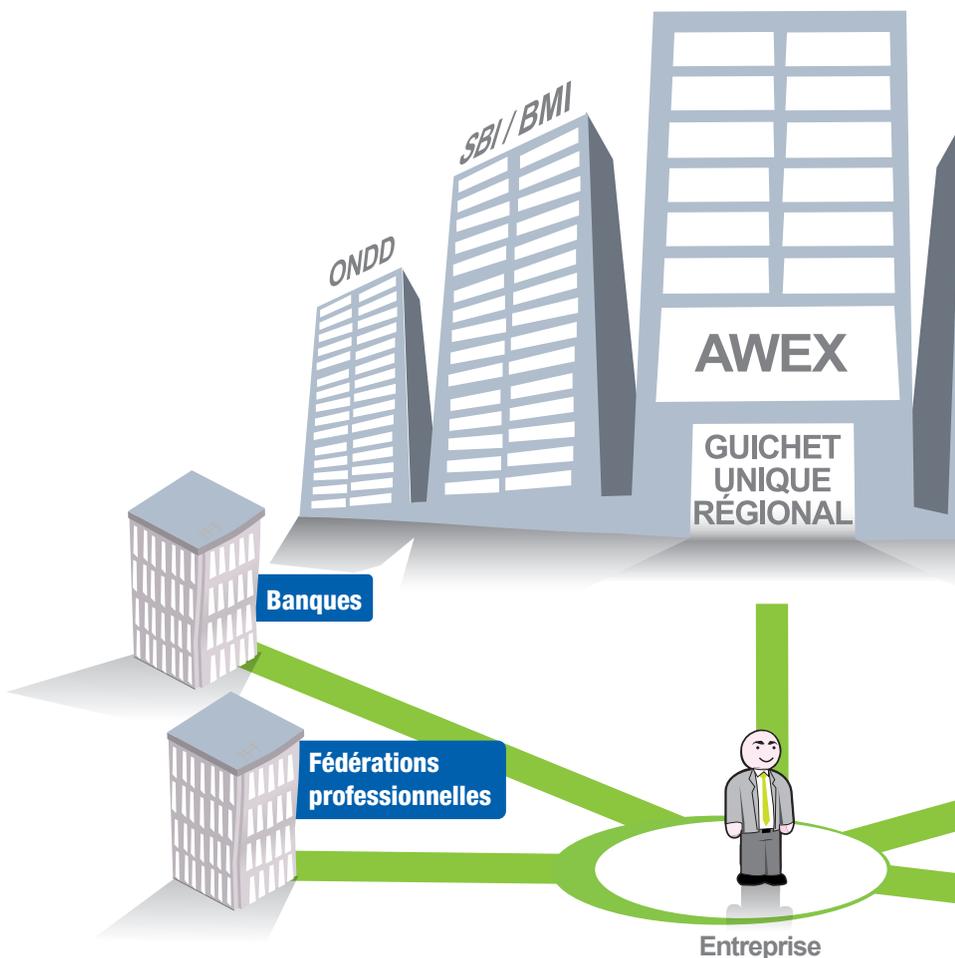
# Les acteurs du dispositif wallon de soutien à l'exportation

# Dispositif opérationnel du commerce extérieur

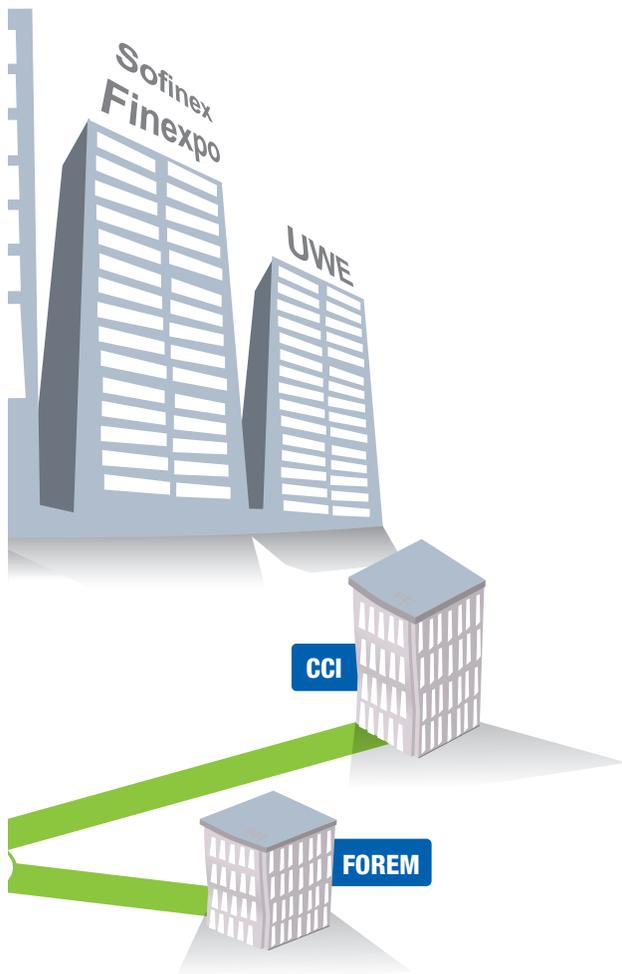
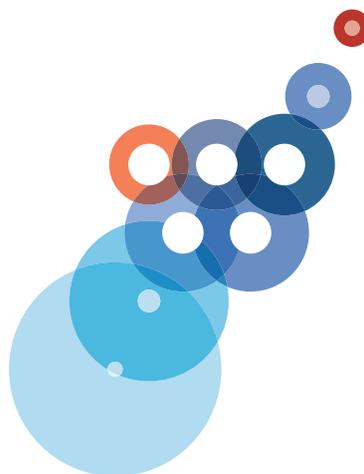
L'illustration ci-dessous rassemble l'ensemble des acteurs, publics et privés, fédéraux et régionaux, du commerce extérieur wallon.

Ce chapitre précise le rôle et les services proposés aux entreprises wallonnes par chacun de ces acteurs, ainsi que leurs interactions avec l'AWEX.

A l'échelon public régional, l'AWEX est la pierre angulaire de ce dispositif.



wallon



**Les principaux acteurs  
du commerce extérieur wallon**

	Page
Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers	<b>14</b>
Sofinex	<b>18</b>
Le Ducroire (ONDD)	<b>19</b>
Société Belge d'Investissement (SBI/BMI)	<b>20</b>
Finexpo	<b>21</b>
Banques	<b>22</b>
Union Wallonne des Entreprises	<b>23</b>
Chambres de Commerce et d'Industrie	<b>24</b>
Fédérations professionnelles	<b>25</b>
Office wallon de la Formation professionnelle et de l'Emploi	<b>26</b>

# L'AWEX pierre angulaire de et de l'investissement

L'Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers (AWEX) couvre trois grandes missions : soutenir les exportations wallonnes, défendre l'attractivité de la Wallonie auprès des investisseurs étrangers et développer la politique de promotion de la Wallonie à l'international.

De par ses missions, l'AWEX est le premier promoteur à l'étranger de l'attractivité de la Wallonie et de la qualité du savoir-faire wallon. A cet égard, elle a intégré dans sa stratégie les évolutions récentes qui ont, ces dernières années, marqué l'environnement international : révolution des technologies de l'information, croissance des réseaux et des partenariats d'entreprises à l'échelle internationale, ralentissement économique en Europe et montée en puissance des pays dits "émergents", Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud (BRICS), mais aussi des "prochains 12" (Argentine, Egypte, Indonésie, Iran, Malaisie, Mexique, Nigéria, Philippines, Thaïlande, Turquie, Ukraine et Vietnam).

## 108 attachés économiques et commerciaux dans le monde

Les Attachés économiques et commerciaux (AEC) sont au centre du dispositif de soutien à l'exportation de l'AWEX.

Première vitrine de la Wallonie à l'étranger, les AEC jouent un rôle de promotion et de représentation de la Région auprès des réseaux d'influence et milieux économiques locaux. En faveur des entreprises wallonnes, leurs missions principales couvrent des activités d'information (documentation générale ou spécifique, transmission d'opportunités d'affaires) et de prospection, que ce soit par la rédaction d'études de marché, la recherche de prospects ou l'organisation de programmes de rendez-vous B2B pour toute entreprise se rendant individuellement sur place ou en mission commerciale avec l'AWEX.

Une petite cinquantaine d'AEC sont aussi chargés d'une fonction de veille pour la prospection des investisseurs étrangers.

C'est dans ce contexte d'ouverture des marchés que s'inscrit l'action de l'AWEX via ses trois grandes fonctions.

## 1 / Soutien à l'exportation

L'AWEX est le partenaire naturel à l'international des exportateurs wallons (entreprises et autres opérateurs souhaitant se développer à l'étranger). Elle leur propose une diversité de services et d'activités (à caractère financier ou non financier) couvrant toutes les étapes d'une démarche exportatrice : informations générales et commerciales sur les marchés étrangers, consultances diverses (internationalisation des TPE, stratégie exportatrice, design), coaching à l'export, création d'outils de communication (dont webmarketing), rédaction d'études de marchés individuelles, actions de prospection commerciale (participation aux salons internationaux, tenue de missions économiques, journées de contacts sectorielles, ...), facilitation de partenariats interentreprises, ouverture d'une représentation à l'étranger, lobbying auprès des organisations internationales, mais aussi financements internationaux et intégration dans des projets internationaux (via la filiale SOFINEX). L'AWEX supporte aussi divers types de formations, comme des immersions linguistiques et le programme EXPLORT (*cf p. 36*), destiné à sensibiliser jeunes et demandeurs d'emploi aux métiers internationaux. (*cf chapitre sur les Incitants financiers*).

Spécifiques à la Belgique, les missions principales sont organisées avec les trois agences régionales de promotion du commerce extérieur (AWEX, FIT et BIE) en collaboration avec l'Agence fédérale pour le Commerce extérieur (ACE), qui est leur filiale commune spécialement en charge de ce type de missions.

# l'exportation

À l'égard des acheteurs, prescripteurs, importateurs et prospects étrangers, l'Agence peut fournir, sur demande, tout type d'informations économiques sur la Wallonie et son potentiel exportateur. Elle peut communiquer des données sur les produits et les services des entreprises wallonnes, réaliser un travail de recherche de fabricants ou prestataires de services pour la conclusion de partenariats internationaux, ou encore diffuser des listes d'exportateurs wallons.

## 2 / Prospection des investisseurs étrangers

C'est le deuxième rôle confié à l'Agence : assurer une mission de promotion, prospection, information et accompagnement auprès des investisseurs étrangers potentiels, mais aussi de suivi actif des investisseurs installés en Wallonie (service après-vente). Elle peut aussi aider à la recherche de repreneurs étrangers pour des sites industriels en voie de réaffectation. Outre le travail classique de lobbying et de promotion sur les atouts de la Région, l'AWEX apporte une aide facilitatrice et complète à toute société étrangère désireuse de s'implanter en Wallonie, en lui fournissant des solutions adaptées à ses besoins, en guidant ses relations avec les diverses administrations spécialisées (permis de bâtir, environnement, aides financières, ...) et en l'accompagnant dans toutes ses démarches d'implantation.

L'AWEX se charge d'informer le porteur de projet sur l'environnement légal et fiscal relatif à une installation, et joue le rôle de coordinateur pour l'obtention d'aides financières et de primes à l'investissement en Wallonie. D'une manière générale, ses actions visent à simplifier l'ensemble des modalités liées à l'investissement.

**Dans son dispositif d'accueil des investisseurs étrangers, l'AWEX a créé** des infrastructures équipées mises gratuitement à disposition d'entreprises étrangères, leur permettant de tester le marché européen. Ce sont les **Welcome Office Invest**.

Ces centres leur offrent une série de services comme la présence de traducteurs, des conseils administratifs et logistiques, une assistance pour comprendre la langue et la culture, ... En plus, bien entendu, des services de l'AWEX.

### Les 7 Centres régionaux

Les centres régionaux sont localisés à Charleroi, Libramont, Liège, Eupen, Mons, Namur et Nivelles. Les bureaux régionaux sont le relais-pivots entre les services centraux installés à Bruxelles, les sociétés et le réseau à l'étranger. Leur premier rôle est d'informer sur les activités et les services de l'AWEX. C'est un dispositif de proximité et, à ce titre, ils sont souvent les premiers partenaires de l'entreprise au sein de l'AWEX. Ils assurent entre autres les fonctions suivantes :

- Soutien administratif - Aide à l'introduction des dossiers
- Relais auprès des Attachés économiques et commerciaux (AEC) et organisation des Business Days (retour annuel des AEC avec programme de rendez-vous pour les entreprises)
- Pilotage du programme d'aides pour les TPE «Expert en stratégie à l'exportation»
- Actualisation du répertoire informatisé des entreprises wallonnes exportatrices (RENEW)
- Réseautage local – représentation de l'AWEX en province et auprès des opérateurs locaux.

Il existe 7 Welcome offices chacun spécialisé pour l'accueil d'entreprises étrangères originaires de zones géographiques spécifiques : Liège (sous-continent indien), Charleroi (Europe et pourtour méditerranéen), Mons (Chine), Arlon (Amérique du Sud), Louvain-la-Neuve (Japon), Namur-Les Isnes (Sud-Est asiatique), Tournai (Amérique du Nord).

## 3 / Animer la politique de marque wallonne à l'international

Cette dernière mission est transversale et remonte à la fin des années 90. Elle est menée en concertation avec tout département public ou opérateur privé soutenu par les pouvoirs publics, pouvant contribuer à la visibilité internationale de la Wallonie dans ses différents aspects (économie, tourisme, culture, coopération). C'est dans ce cadre que le Gouvernement régional a confié à l'AWEX la coordination de la nouvelle politique de marque territoriale (branding), dont le positionnement principal est celui de l'ouverture au monde, traduit dans la communication par le slogan Feel Inspired. Une campagne dans les médias internationaux initiée en novembre 2013 supporte cette démarche, qui vise une cible à large spectre (investisseurs, acheteurs, touristes, étudiants et

## Plan Marshall 2. Vert et mesures d'internationalisation

L'AWEX réalise les mesures à dimension internationale du Plan

Marshall 2. Vert décidées par le Gouvernement wallon :

- soutien à l'internationalisation des pôles de compétitivité, via notamment la mise en place de relais sectoriels export et invest, d'agents de liaison scientifique ou l'établissement d'un programme d'actions annuel spécifique,
- mise en place d'officiers de liaison sectoriels au sein de l'Agence,
- programme Explort,
- lancement de la nouvelle politique de marque régionale (branding territorial),
- création de centres de services pour les investisseurs des pays BRICS, des autres pays émergents, des Etats-Unis, du Japon,...
- renforcement du soutien aux exportations via la SOFINEX,
- mise en place d'un mécanisme de chèques-coaching pour soutenir la concrétisation de partenariats internationaux.

- résidents étrangers). L'AWEX est enfin très régulièrement impliquée directement ou indirectement dans la tenue de grands événements en Wallonie.

Plus d'infos sur [www.wallonia.be](http://www.wallonia.be)

(portail de la Wallonie à l'international).

## Antennes logistiques, Welcome Office Export et Incubateurs

Depuis plusieurs années déjà, l'AWEX met à la disposition des entreprises des mécanismes complémentaires de soutien à leurs efforts de prospection.

Les antennes logistiques sont des points d'ancrage additionnels au réseau des AEC. Les Welcome Offices et les Incubateurs sont des structures de services facilitant la prospection rapprochée d'un marché.

Implantées dans 19 pays d'Europe orientale, de la CEI, du Moyen-Orient et d'Afrique, les **antennes logistiques** sont des relais locaux couvrant, moyennant une intervention financière à 50% de l'AWEX, des services de prospection d'une durée de 3 jours, sur des zones où

la présence permanente d'un Attaché économique et commercial ne se justifie pas.

Situés dans une trentaine pays répartis sur les 5 continents, les **Welcome Office Export** offrent, au sein du bureau de l'Attaché économique et commercial, un espace de travail à toute entreprise souhaitant mener une prospection de longue durée sur un des marchés concernés. Cette présence peut se prolonger durant 3 mois.

Comme les Welcome Offices, les **incubateurs offrent** des facilités en vue d'approcher un marché (pour un terme de 3 mois à un an), mais au sein de centres universitaires à vocation technologique ou de centres d'affaires. Le réseau d'incubateurs AWEX a été complété en 2013 grâce à une collaboration avec ERAI (Entreprise Rhône-Alpes International, France) dans le cadre de son système Implantis..

S.Etaix

Soutien aux exportateurs wallons : [www.awex.be](http://www.awex.be)

Promotion de l'investissement étranger :

[www.investinwallonia.be](http://www.investinwallonia.be)

Portail de la Wallonie à l'international : [www.wallonia.be](http://www.wallonia.be)

## L'AWEX, EN BREF...

Effectifs :	450 personnes (dont 200 à l'étranger)
Siège central :	Bruxelles (Namur pour les investissements étrangers)
	7 centres régionaux en Belgique (bureaux de conseils et de proximité)
	108 Attachés économiques et commerciaux sur les cinq continents (plus de 120 marchés couverts et 20 organisations internationales)
1 filiale :	SOFINEX (gestion des fonds pour les financements internationaux)
Nombre d'entreprises wallonnes soutenues par an :	environ 2 900
Certifiée ISO 9001 (éd. 2000)	depuis avril 2002

# L'Awex EU Office

## “Un accès direct à l'Europe”

Créée en 2002, l'AWEX EU Office fait partie du réseau des Attachés économiques et commerciaux de l'AWEX et est basé dans la Délégation Wallonie-Bruxelles au sein de la Représentation belge auprès de l'Union européenne.

### Les objectifs de l'AWEX EU Office sont multiples

Le premier est d'assurer une bonne représentation des intérêts wallons sur toutes les opportunités offertes par l'UE : que ce soit au travers de ses programmes ou de ses relations avec ses pays partenaires. Le bureau défend les intérêts wallons, par des actions de lobbying auprès des différentes directions générales de la Commission européenne et de ses agences sur de très nombreux dossiers. « Les grands groupes défendent leurs intérêts. Les Pme n'en n'ont pas les moyens. Nous le faisons à leur place » résume Chantal Leonard, coordinatrice à l'AWEX EU Office.

L'autre objectif concerne plus particulièrement l'information des entreprises. Il s'agit de leur donner « un accès direct à l'Europe. Nous les informons sur les politiques économiques et les programmes en matière d'aides économiques, de recherche, ainsi que des opportunités des programmes mis en œuvre dans les pays tiers ». Ainsi, l'Awex EU Office réalise une veille d'information sélective sur l'ensemble des programmes qui concernent directement ou indirectement les entreprises et autres opérateurs wallons. A côté des programmes de l'UE, l'AWEX EU Office sensibilise les entreprises wallonnes aux appels d'offres communautaires (Commission, BEI, BERD, Agences UE...) qui leur permettent de “doper” leurs exportations en accédant à de nouveaux marchés internationaux. « Etant au sein de la représentation de la Belgique à Bruxelles, nous bénéficions d'un avantage indéniable : l'accès aux informations en primeur sur les programmes de financement qui se mettent en place. Nous pouvons ainsi informer en amont des décisions les acteurs économiques wallons concernés et les aider à se positionner ». Nombre d'appels d'offres européens nécessitent le montage de consortium entre entreprises, pôles de compétitivité ou clusters européens. « Au-delà de la diffusion des avis

de pré-information relatifs aux appels d'offres communautaires, nous aidons aussi les acteurs intéressés dans leur recherche de partenaire pour constituer ces consortiums ». L'AWEX, elle-même, a participé et participe à plusieurs projets européens qui vont de courtes missions d'expertises à de grands projets internationaux, qui mettent en valeur le potentiel régional à l'exportation et à l'attractivité territoriale.

Par ailleurs, l'AWEX EU Office est membre de nombreux réseaux européens, Eurada (Association Européenne des Agences de Développement Economique), INSME (International Network for SMEs), EBN (European BIC's Network), ERRIN (European Regions Research and Innovation Network), ANIMA (Investments in MED Network), KEN (Knowledge Enterprises Network), RTPO (International Network of Regional Trade Promotion Organisations), Euro-Mediterranean Industrial Cooperation Working Group... « Nous collaborons étroitement avec le réseau européen Entreprise Europe Network (EEN Wallonie) qui est le point relais de proximité de l'Europe pour les entreprises ».

*S.Etaix*

### Un guide des financements européens

L'AWEX EU Office prépare un guide des financements européens relatif à la nouvelle programmation 2014 - 2020 (Sortie prévue 1er semestre 2014). Le cadre financier pluriannuel est un plan de dépenses qui traduit les priorités de l'UE. Le Conseil a convenu d'un plafond total 959,988 milliards d'euros. Ce guide est un outil précieux car le site Europa est un mega site d'information mais il est complexe de trouver des renseignements précis en matière économique et commerciale.

# SOFINEX lève les obstacles de vos financements internationaux

La Société de financement de l'exportation et de l'internationalisation des entreprises wallonnes (SOFINEX) est une société anonyme créée en septembre 2003 à l'initiative du Gouvernement wallon. Elle est le fruit d'une collaboration opérationnelle entre l'AWEX, SOWALFIN et la SRIW (Société régionale d'investissement wallonne).

Sa mission est d'encourager notamment les exportations et les investissements des entreprises wallonnes à l'étranger, pour autant que ceux-ci génèrent des retombées positives sur l'activité économique et sur l'emploi en Wallonie.

D'une manière générale, la SOFINEX peut apporter son concours à tout projet à caractère international d'une entreprise wallonne.

L'intervention de la SOFINEX en faveur des entreprises vise à rencontrer leurs besoins financiers liés à des opérations internationales, de manière à lever les obstacles à la réalisation de celles-ci. Le soutien de la SOFINEX peut être sollicité tant dans le cadre d'opérations commerciales à court terme que dans le cadre de projets à long terme. Pour ce faire, la SOFINEX dispose d'une large panoplie d'instruments financiers : garanties de crédits bancaires, financements, participations en capital, subventions, etc. L'ensemble des moyens alloués à la SOFINEX, toutes formes confondues, avoisinaient les 160 millions € à fin 2012.

## Les modes d'intervention de la SOFINEX en faveur des entreprises comportent deux volets :

**1.** Participation au financement des besoins des entreprises dans le cadre de contrats à l'exportation ou d'investissements à l'étranger.

**Dans ce cadre, l'intervention de la SOFINEX prend la forme soit :**

- d'une garantie partielle et supplétive sur des crédits bancaires à accorder aux PME. Elle a pour but de faciliter l'accès des PME aux crédits bancaires nécessaires au développement de leurs activités à l'exportation, et à la réalisation de leurs investissements à l'étranger ;

- d'un financement direct qui peut prendre la forme de l'octroi d'un prêt ou d'une participation minoritaire au capital dans le cadre du financement d'investissement ou d'implantation d'entreprises wallonnes à l'étranger.

**2.** Soutien des exportations des entreprises au moyen de produits financiers assimilables à des subventions. SOFINEX soutient les exportations d'entreprises wallonnes dans le cadre de divers programmes :

**De coopération :** accords avec des organismes internationaux, BERD, SFI, IIC.

**Le fonds pays émergents :** ce soutien se caractérise par l'octroi à l'entreprise wallonne d'un don de 35% minimum (conformément à l'arrangement OCDE) de la valeur de l'offre remise par la société wallonne à son client étranger faisant partie des pays éligibles au soutien public (38 pays à ce jour).

**Programme spécifique :** Fonds « Un Environnement pour l'Europe », destiné à financer des études de faisabilité dans des projets environnementaux dans les pays de l'Europe centrale et orientale et dans les pays de l'ancienne Union soviétique.

*S.Etaix*

# Le Ducroire assure vos risques à l'exportation

Le Ducroire\* a pour mission de soutenir les entreprises belges qui exportent ou investissent à l'étranger. C'est une institution publique qui bénéficie de la garantie de l'État belge et d'une notation AA octroyée par Standard & Poor's.

Concrètement, le Ducroire permet aux PME, grandes entreprises, banques et multinationales de réaliser leurs projets ou vendre leurs produits à l'étranger en les assurant contre les risques inhérents au commerce international. C'est le principe de l'assurance-crédit. Dans son rôle de promotion du commerce international, le Ducroire offre aussi des solutions aux entreprises pour obtenir du financement (garanties financières) ou en offrir à leurs clients (forfaiting).

**Assurance-crédit :** en tant qu'assureur-crédit public belge, le Ducroire couvre les entreprises belges contre les risques politiques et commerciaux des contrats d'exportation. Cela concerne les biens d'équipement, les projets industriels, les travaux et les services aux entreprises. À côté de cela, le Ducroire couvre également les entreprises belges contre les risques politiques liés à leurs investissements directs réalisés à l'étranger.

**Le forfaiting :** le Ducroire finance en direct des transactions commerciales de montants limités en achetant les avances faites par une entreprise belge à un acheteur étranger. En tant que vendeur, l'entreprise belge est alors payée au comptant, tandis que l'acheteur étranger bénéficie d'un délai de paiement de deux à cinq ans.

**Garanties financières :** le Ducroire permet aux entreprises belges d'obtenir plus facilement des crédits bancaires en accordant une garantie financière à la banque qui souhaite leur octroyer des crédits. Les crédits visés sont les crédits d'investissement, les crédits en fonds de roulement ou les lignes de crédit pour l'émission de garanties bancaires.

En conclusion, avec le Ducroire, toute société belge active dans le commerce international peut donc réduire ses risques, accéder plus facilement au crédit pour son activité et proposer, dans certains cas, un financement pour son client.

Contact :  
[g.vanmelkebeke@credendogroup.com](mailto:g.vanmelkebeke@credendogroup.com)  
[www.credendogroup.com](http://www.credendogroup.com)

## Exemple

L'entreprise belge DUPONT signe un contrat de 3 M Euros avec la société brésilienne CARNAVAL pour la vente de machines de recyclage de déchets. Le contrat prévoit le paiement d'un acompte de 15 % à sa signature, et le paiement du solde de 85 % à la livraison de la machine 6 mois plus tard.

### Le Ducroire :

**Assurance-crédit :** Dupont peut couvrir les risques d'annulation du contrat et de non-paiement par la société Carnaval contre le paiement d'une prime.

**Coût :** prime de 1,24% pour un acheteur brésilien de qualité financière moyenne.

**Garantie financière :** le Ducroire peut garantir la banque BANK pour permettre à l'entreprise Dupont d'obtenir un crédit d'investissement de 2 M Euros. La garantie porte sur 50 % du crédit.

**Coût :** pas de coût supplémentaire; uniquement les intérêts du crédit sont dus.

**Forfaiting :** Dupont propose à Carnaval un crédit de 5 ans pour le paiement des 85 % du montant dû à la livraison. Après acceptation du dossier, le Ducroire paie Dupont et prend le risque de non-paiement en charge et la gestion du remboursement du crédit.

**Coût :** Taux du crédit obtenu pour le brésilien Carnaval : 3,50 %.

\* Le 18 novembre 2013, le groupe ONDD est devenu Credendo Group. L'office national du Ducroire reste Le Ducroire.

# SBI-BMI cofinance vos investissements à l'étranger

Créée en 1971, la Société Belge d'investissement internationale (SBI-BMI, société semi-publique) a pour mission de cofinancer à moyen ou à long terme les investissements à l'étranger d'entreprises belges.

Son actionnariat est composé notamment de la SFPI (58%), de la Banque Nationale de Belgique (6%), BNP Paribas Fortis (19%) et ING (7%). « Notre action vise à permettre à des sociétés belges ayant un business modèle déjà bien établi en Belgique de s'implanter sur les marchés étrangers, que ce soit par acquisition, une prise de participation dans une société existante ou une création ex nihilo, ou "greenfield". Nous intervenons dans pratiquement tous les secteurs sauf certains liés à l'armement, aux activités de trading et immobilières. Par ailleurs, nous avons peu de limitation géographique. On ne finance évidemment pas les délocalisations, l'intérêt économique wallon ou belge restant essentiel » explique Christophe Denis, Senior Investment Officer. « Nous intervenons également en collaboration avec la Sofinex pour la Région Wallonne et la PMV pour la Région Flamande notamment pour répartir le risque mais également pour dupliquer les moyens d'intervention. S'agissant de cofinancement, notre apport financier est toujours inférieur ou égal à celui du partenaire belge ».

## Prise de participation en Capital

« Le projet étranger peut bénéficier de notre intervention sous forme de prise de participation minoritaire directe tandis que le partenaire belge doit détenir la majorité des actions et des droits de vote. Notre prise de participation s'étale sur une durée de 5 à 8 ans tandis que les conditions de sortie sont convenues préalablement. Le montant d'intervention varie entre 400 000 et 2,5 millions d'euros (dans une logique de 1 euro SBI, 1 euro société belge) ». Un siège d'administrateur ou d'observateur au sein de la nouvelle entité créée est également offert à la SBI afin de suivre au mieux le projet.

## Emprunts subordonnés (quasi capital)

« Afin de renforcer les moyens financiers du projet à l'étranger sans diluer la position des actionnaires, nous pouvons contribuer financièrement sous la forme d'un emprunt subordonné, dont la durée peut varier de 5 à 8 ans, avec une période de grâce de maximum 3 ans et dont les montants s'échelonnent également entre 400 000 et 2,5 millions d'euros. On parle dans ce cas de "quasi equity" et nous sommes donc subordonnés aux autres créanciers. Cette forme d'intervention est bien perçue car elle permet de renforcer la structure des fonds propres de l'entreprise sans peser sur les lignes bancaires en Belgique tout en diversifiant à nouveau le risque » précise Ch. Denis.

## Autres services (intermédiation, conseils, etc...)

Christophe Denis rappelle aussi que « le caractère semi-public de la SBI renforce la crédibilité du projet de la société belge à l'étranger ». En plus des solutions de financement proposées, la SBI met également à disposition son réseau de contacts avec les organisations et les entreprises belges, étrangères ou internationales. De par son expérience sur les 40 dernières années pour plus de 300 projets, la SBI conseille également les entreprises dans leur choix stratégique d'implantation à l'étranger.

*S.Etaix*

# Finexpo combinaison de Financement et Exportation

Finexpo est le Comité pour le soutien financier de l'exportation. Il peut intervenir de différentes manières dans le cadre de la promotion de l'exportation d'entreprises belges. Finexpo (combinaison de Financement et Exportation) a pour objectif de soutenir l'exportation de biens d'équipement belges et de services connexes. Son budget annuel d'engagement pour 2012 était d'environ 87,5 millions d'euros (tous instruments confondus).

## Ses missions

- contribuer au développement d'un cadre réglementaire international pour le soutien aux exportations;
- soutenir les exportations de biens d'équipement belges et de services connexes vers les pays en développement, en prenant en compte les besoins de développement de ces pays et le besoin de durabilité économique, environnementale et sociale, dans le contexte dudit cadre réglementaire international.

## Ses outils

### L'aide liée :

Il s'agit de crédits à l'exportation assortis de conditions favorables pourvu que des exportateurs belges soient concernés. L'aide liée peut être accordée via trois instruments:

- 1) Don 35% du montant du crédit
- 2) Bonification d'intérêt (avec don complémentaire, si souhaité)
- 3) Prêt d'Etat à Etat (PEE)

Ces deux derniers dispositifs sont des prêts à conditions favorables ('soft loans') avec un niveau de concessionnalité de 35% (ou de 50% pour les PMA\*).

### L'aide non liée :

Contrairement au programme d'aide liée, le programme d'aide non liée de Finexpo ne nécessite pas l'implication d'exportateurs belges. L'aide non liée est accordée via des Prêts d'Etat à Etat (PEE), prêts accordés par le SPF belge Finances au Ministère des Finances du pays de l'acheteur et qui sont assortis :

- d'un taux d'intérêt de 0% ou 2%;
- d'un délai de remboursement de 30 ans, dont 10 ans de délai de grâce durant lequel l'acheteur ne doit s'acquitter d'aucun remboursement.
- stabilisation des taux d'intérêt (*cf encadré*).

\*Pays moins avancés

## Préconditions

Le programme d'aide liée et non liée de Finexpo est appliqué dans un cadre juridique national et international strict :

- les contraintes budgétaires annuelles fixées par l'Arrêté royal du 30 mai 1997;
- les Orientations du Comité d'aide au développement (CAD), l'Arrangement de l'OCDE et les Règles d'Helsinki en matière d'aide.

### Programme de Stabilisation du taux d'intérêt

Le Programme de stabilisation de Finexpo fixe le taux d'intérêt (CIRR) des crédits à l'exportation que les exportateurs belges offrent à leurs clients. Finexpo dédommage la banque de l'exportateur si  $CIRR < \text{euribor} + \text{marge fixée}$ . La banque de l'exportateur dédommage Finexpo si  $CIRR > \text{euribor} + \text{marge fixée}$ . La marge fixée est revue chaque année par le Secrétariat de Finexpo.

## Conditions préalables

Toutes les décisions de Finexpo sont prises dans le respect de l'Arrangement de l'OCDE sur les crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien public.

### Critères d'évaluation du programme de stabilisation du taux d'intérêt

L'exportateur peut faire une demande de stabilisation du taux d'intérêt en remplissant le formulaire de demande sur le site web de Finexpo ou de l'ONDD. Les demandes seront évaluées sur la base de certains critères (intérêt pour l'économie belge, nature de la devise, pays).

S.E.

Plus d'infos : [http://diplomatie.belgium.be/fr/politique/diplomatie\\_economique/finexpo/info/](http://diplomatie.belgium.be/fr/politique/diplomatie_economique/finexpo/info/)

# Les banques du financement à l'accompagnement export

Au cœur du financement de l'activité économique, les banques ont, en matière de commerce international, pour rôle de financer les projets de développement export des entreprises. Elles développent de plus en plus une expertise d'accompagnement de leur clientèle sur les marchés étrangers.

Financements de fonds de roulement, crédit fournisseurs, crédits acheteurs court, moyen et long terme et autres garanties pour la réalisation des contrats à l'étranger... Autant de produits de financement "classiques" proposés par l'ensemble des réseaux bancaires.

Aujourd'hui, quatre établissements financent le commerce extérieur wallon. Le premier réseau est **BNP Paribas Fortis** qui truste 80% du marché. La banque d'origine flamande **KBC, Belfius** et **Commerzbank** se partagent le reste de l'activité. Mais globalement, le secteur bancaire belge demeure fragile. Dans sa récente analyse sur la santé des banques de la zone euro, la BCE indique que le ratio de fonds propres de plusieurs établissements belges (et d'autres pays) ou établis en Belgique doivent être améliorés.

Depuis la crise financière internationale de 2008/2009, la plupart des banques belges doivent faire face à un fort endettement, qui les rendent beaucoup plus prudentes dans l'analyse de leur prise de risque.

Elles doivent désormais composer avec des ratios de liquidités et de solvabilité plus stricts en raison des nouvelles règles prudentielles dites de Bâle III et de la mise en place de l'Union bancaire européenne. Par voie de conséquence, cette nouvelle régulation plus stricte de leurs liquidités et de leur fonds propres se traduit pour les banques par une raréfaction de leurs sources de financement sur le marché interbancaire. Cette raréfaction accroît le coût de financement des crédits à l'exportation ; coûts qui sont répercutés sur les exportateurs et diminuent d'autant leur compétitivité.

Au-delà de cet aspect structurel, il est à souligner que certains réseaux bancaires ont fait évoluer leur offre de services envers les entreprises. Sortant du rôle traditionnel de financeur, ces établissements proposent désormais des offres d'accompagnement commercial ou d'identification d'opportunités de marchés à l'étranger pour leur clientèle. Une manière de se rendre indispensable mais aussi d'aider leurs entreprises clientes à asseoir leur développement international et donc à devenir plus profitables.

S.Etaix

**uwe**

*Comment profiter de l'expérience d'autres PME pour vous développer à l'international ?*

**Votre solution : exporter par la méthode des «grappes d'entreprises» !**

Une initiative de l'Union Wallonne des Entreprises, en collaboration avec l'AWEX

Toutes les infos sur [www.uwe.be](http://www.uwe.be)

**CELLULE MARKETING INTERNATIONAL**

# L'UWE défend vos intérêts

Créée en 1968, l'Union wallonne des Entreprises (UWE), présidée depuis 2012 par Jean-François Heris est l'organisation privée patronale de la Région wallonne. Elle rassemble quelque 6000 entreprises organisées en 18 fédérations sectorielles. Son rôle : être le porte-parole officiel des entreprises industrielles, commerciales et de services, de toute taille, implantées en Wallonie.

Les représentants de l'UWE siègent dans toutes les instances décisionnaires des principaux organismes fédéraux et régionaux : Conseil Economique et social de la Région wallonne (CESW), Agence pour le Commerce Extérieur (ACE), AWEX, Office National du Ducroire (OND), Office wallon de la Formation professionnelle et de l'Emploi (FOREM), Société de Financement de l'Exportation et de l'Internationalisation des entreprises wallonnes (Sofinex) et beaucoup d'autres,... et participent ainsi aux principales décisions en matière de soutien aux entreprises.

L'action de l'UWE est particulièrement forte en matière de commerce extérieur. « La politique actuelle des autorités wallonnes consiste à orienter davantage les exportations de nos entreprises, très concentrées sur le marché communautaire vers la grande exportation et les pays émergents. Notre action vise à aider les entreprises à grandir, plus une entreprise est forte plus elle est à même d'exporter » résume Jean-Jacques Westhof, Directeur du Département Commerce extérieur et Relations internationales à l'UWE.

Pour aider les entreprises dans leur démarche export, l'UWE a mis en place en 1998 sa Cellule Marketing International (*cf zoom*) « dont la logique est d'amener sur un marché export défini les entreprises sous-traitantes d'un même secteur regroupées dans une logique de grappes autour d'une entreprise leader ». Autre outil mis en place, le National Contact point (NCP, [www.ncpwallonie.be](http://www.ncpwallonie.be)) de Wallonie, dont l'objectif est d'aider les entreprises à trouver des partenaires européens (sociétés, universités, laboratoires...) dans la perspective de travailler sur des programmes cadre de recherche européens. « Cinq personnes gèrent le suivi des dossiers de candidature des entreprises. 35 entreprises ont participé au 5ème PCRD, 100 au 6ème et 150 au 7ème PCRD » explique-t-on au NCP.

S.Etaix

## Zoom sur...

### La cellule Marketing International

La Cellule Marketing International de l'UWE a pour mission de dynamiser le commerce extérieur wallon en rassemblant des fournisseurs de biens et services d'un même secteur d'activités (grappes) et partant de l'aide technique d'une entreprise leader dans son secteur (sponsor).

Pour les entreprises wallonnes, la Cellule permet un développement du chiffre d'affaires grâce à de nouveaux débouchés à l'exportation. Elle ouvre des débouchés probablement inaccessibles pour les entreprises prises individuellement.

Pour les acheteurs à l'étranger, l'action de la Cellule permet de diversifier leurs fournisseurs, d'améliorer leurs sources d'achat et de découvrir de nouvelles solutions technologiques.

Pour les sponsors, la Cellule s'attache à maintenir leur image en Belgique et à l'étranger. Elle vise à rendre plus solides leurs fournisseurs, dont elle aide à développer le chiffre d'affaires et à affiner la qualité des produits sur base de benchmarks internationaux.

Depuis sa création, la Cellule Marketing International a constitué 16 grappes et en développe de nouvelles. Elle a réalisé plus de 160 missions dans 49 pays différents, avec une participation moyenne de 8 entreprises par mission.



Credit: Wikimedia

# Les Chambres de Commerce et d'Industrie

## vos interlocuteurs de proximité

Les 6 Chambres de Commerce et d'Industrie wallonnes sont rassemblées au niveau fédéral au sein de la Fédération des Chambres de Commerce belges. Ancrées sur leur territoire, elles sont des points de contacts importants pour les entreprises dans leur quotidien, en ce compris, en complément de l'AWEX, en termes d'export.

CCI LVN (Liège-Namur-Verviers), CCI Hainaut, CCI Luxembourg belge, CCI du Brabant Wallon, CCI Wallonie Picarde, Industrie- und Handelskammer Eupen-Malmedy-St.Vith, les Chambres de Commerce et d'Industrie de Wallonie accompagnent les entreprises dans leur quotidien : plateformes d'information, de formation, d'échange d'expérience et de mise en réseau.

**Dans le cadre du commerce international, elles concentrent leurs activités sur 4 axes :**

### Les Formalités export

Délivrance de certificats d'origine, de carnets ATA, visas de documents divers, démarches en ambassade...

### Les supports individuels

Réponse aux questions quotidiennes des exportateurs (formalités douanières et administratives, TVA,...), traduction de documents commerciaux, organisation de rencontres individuelles avec les attachés douaniers, les CCI bilatérales...

### Les Formations

Organisation de séminaires, de formations (douanes, Incoterms,...), clubs d'échanges d'expérience à l'international...

### Le Networking

En collaboration avec les CCI belges à l'étranger : organisation de tables rondes « pays », accueil de délégations étrangères, International business trips, Euregio (Meuse-Rhin, SarLorLux...).

S.E.



# Agoria, Févia, Essenscia... les fédérations au service de l'export

Les fédérations professionnelles œuvrent pour le développement international de leurs adhérents. Zoom sur trois d'entre elles : Agoria, la Fevia et Essenscia.

**Agoria est la fédération de l'industrie technologique** (74 % des exportations belges). Plus importante fédération sectorielle en Belgique, elle rassemble 1 700 entreprises de l'industrie technologique (275 000 emplois). Ces entreprises membres (dont 80 % de Pme) sont regroupées en 14 "business communities" dont l'International Business.

Au sein de celui-ci, Agoria a développé 7 « international business development clubs » axés sur des marchés spécifiques (finance, oil & gaz, agroalimentaire, infrastructures, santé, énergies renouvelables et sport). Objectif : accroître l'activité de leurs membres à l'international en identifiant des clients potentiels, sous-traitants et partenaires à travers le monde, et en facilitant les mises en relation avec les leaders étrangers. Le Banking Technology Club réunit des entreprises qui offrent des solutions aux banques et compagnies d'assurance. Le Carbon Energy Club rassemble des entreprises qui offrent des solutions pour les projets pétroliers, gaziers et liés à l'énergie. Autre exemple, le Sports Technology Club rassemble les fournisseurs des grandes manifestations sportives (Coupe du monde de football et Jeux olympiques)...

**Essenscia est la fédération des industries chimiques et des sciences de la vie** (75% des produits de la filière sont exportés). En Région wallonne, elle rassemble 200 entreprises qui emploient 26 000 personnes. « L'essentiel des acteurs de la filière pharmaceutique est rassemblé dans le Brabant Wallon, les acteurs de la chimie dans le Heinaut. Le chiffre d'affaires de la filière réalisé à l'exportation en 2012 s'élevait à 14,6 Md d'euros » commente Bernard Broze, administrateur délégué.

Par ses actions, Essenscia accompagne ses entreprises dans leurs projets d'exportation et d'investissements à l'étranger et œuvre pour un climat favorable aux investissements étrangers en Belgique. La fédération promeut activement les actions export de ses membres à l'occasion des missions économiques et principales menées partout dans le monde. La fédération coopère activement avec les agences régionales d'investissement et d'exportation Flanders Investment & Trade (FIT), l'Awex et Brussels Invest & Export.

**La Fédération de l'industrie agroalimentaire (FEVIA)** est le porte-parole de l'industrie alimentaire belge. La filière Food & drink représente 4 768 sociétés réalisant un chiffre d'affaires de 46,6 Mds d'euros dont 52,1% à l'export (la balance commerciale de la branche est excédentaire : 3,4 Mds d'euros). La Fevia soutient le business international et la compétitivité de ses adhérents via l'accompagnement de ses membres lors de missions à l'étranger. Par ailleurs, elle a créé une plateforme de communication FOOD.be, dont l'objectif est de promouvoir le savoir-faire de ses membres, auprès des acheteurs étrangers.

*S.Etaix*

## + d'infos sur

[www.agoria.be](http://www.agoria.be)



[www.essenscia.be](http://www.essenscia.be)



[www.fevia.be](http://www.fevia.be)



# Recrutez vos futurs collaborateurs avec le FOREM

L'Office wallon de la Formation professionnelle et de l'Emploi (FOREM) conseille aussi bien les demandeurs d'emplois que les entreprises dans leur recherche de nouveaux collaborateurs. Il est également le relais en Wallonie du réseau européen Eures. Le service de l'emploi est régionalisé.

Conseil, assistance et informations sur l'emploi et la formation. Telles sont les grandes missions de ce service public wallon de l'emploi et de la formation. Il garantit l'accès des entreprises aux aides et dispositifs publics, aux conseils en matière de gestion des ressources humaines (GRH) et de diffusion de leurs offres d'emploi.

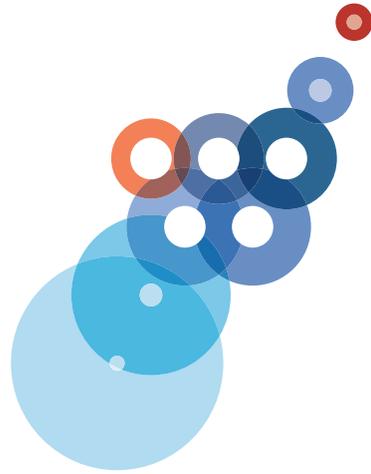
Il assiste et coordonne tous les intervenants et prestataires du marché de l'emploi, joue son rôle de contact avec les instances institutionnelles régionales et fédérales, et assure la gestion et la diffusion des informations relatives au marché de l'emploi. « Le service de l'emploi est régionalisé avec une présence à Bruxelles, en Flandres, en Wallonie et dans la communauté germanophone. Chacun des bureaux régionaux du Forem dispose d'une cellule Eures. La cellule wallonne est composée de 5 conseillers, dont 3 à Charleroi et 2 spécialisés dans le recrutement frontalier avec l'Allemagne, les Pays-Bas et la France » explique Nicolas Dardenne, conseiller Eures basé à Charleroi.

« Les entreprises wallonnes exportatrices nous confient des recherches de profils bien précis, par exemple un technicien parlant allemand et sachant évoluer dans un contexte international. Nous sommes

également sollicités par des entreprises étrangères implantées en Belgique et qui recrutent du personnel belge. Nous avons par exemple réalisé des présélections de candidats pour plus de 100 entreprises canadiennes et 10 sociétés européennes cette année. Nos services sont gratuits ».

Le Forem se charge de la diffusion des offres. « Via nos réseaux et ceux de nos partenaires, nous pouvons nous charger de la présélection du candidat si l'entreprise le souhaite ainsi que l'organisation du rendez-vous entre le recruteur et le candidat. Si l'employeur belge ne trouve pas le bon profil en Belgique, ou si elle recherche un profil en pénurie (ex Tuyauteur ou soudeur) nous pouvons lancer une recherche de candidats dans l'Union européenne via le réseau Eures dans les pays pourvoyeurs de ces profils » explique N. Dardenne. « Quant aux types de profils que recherchent les entreprises wallonnes exportatrices, ce sont soit des profils hautement qualifiés avec une compétence linguistique qui correspondent aux marchés export ciblés par l'entreprise, soit des métiers en pénurie (par exemple des ingénieurs en construction ou bien des professionnels de la santé). Les langues les plus recherchées sont l'allemand, le mandarin, le russe et l'arabe ».

*S.Etaix*



# Les Pôles de compétitivité et Clusters wallons

# La politique wallonne de clustering

Les Pôles de compétitivité et les Cluster sont des outils complémentaires du développement économique wallon. Ils s'inscrivent tous les deux dans la même logique de la politique du Gouvernement qui consiste à vouloir créer les conditions propices à la constitution de réseaux en Région wallonne. Au sein de l'économie mondiale, on assiste à l'émergence de nouvelles tendances de marché, dont notamment l'internationalisation des échanges et des processus de production et l'avènement d'une économie de la connaissance.

La politique des Pôles de compétitivité s'inscrit dans la volonté de réaffirmer la Wallonie comme un espace industriel compétitif à l'échelle mondiale. Elle se veut une politique industrielle prospective concentrant des moyens importants dans des domaines économiques porteurs de croissance et d'emplois.

Le rayonnement de ces Pôles de compétitivité doit dépasser les frontières de la Région pour :

- viser une taille critique à l'échelle européenne voire mondiale
- constituer un moteur pour les exportations
- attirer les investisseurs étrangers sont particulièrement sensibles aux lieux riches en externalités notamment en recherche & formation mais aussi sociales. C'est aussi une chance d'attirer les compétences et les cerveaux particulièrement recherchés dans une économie de la connaissance et du savoir.

Pour impulser cette politique, la Région wallonne a sélectionné **6 domaines prioritaires et performants** sur base d'une étude réalisée en milieu universitaire, suivie d'une sélection de projets par des experts internationaux : les sciences du vivant, l'agro-industrie, les technologies vertes, le génie mécanique, le transport-logistique, l'aéronautique-spatial. Ces domaines correspondent à des activités en plein développement dans le monde et dans laquelle la Wallonie dispose d'entreprises et de centres de recherche performants.

## Descriptif / Contact

MOBILITÉ & TRANSPORT	
<b>Logistics in Wallonia</b> <b>250</b> membres	Logistics in Wallonia est le Pôle de compétitivité créé pour développer le secteur du transport et de la logistique en Wallonie, et le promouvoir à l'extérieur de ses frontières, en coordonnant les actions, en définissant une stratégie commune et en optimisant les moyens humains et technologiques.  <b>Contact</b> : Bernard Piette - Manager - Mob. +32 495 29 94 46 - bpi@logisticsinwallonia.be
<b>Skywin Wallonie</b> <b>121</b> membres	Skywin Wallonie est le Pôle de compétitivité du secteur aéronautique et spatial. Le pôle décline sa stratégie en 3 axes : l'axe «Plus intelligent» qui vise à développer des niches technologiques d'avenir, l'axe «Plus d'applications et de services» qui veut diversifier et créer de nouvelles entreprises, l'axe «Plus composite» qui vise à répondre à la demande du marché aéronautique et spatial, avide de structures toujours plus performantes, légères et écologiques.  <b>Contact</b> : Etienne Pourbaix - Directeur - Mob. +32 496 26 12 26 - Etienne.pourbaix@skywin.be

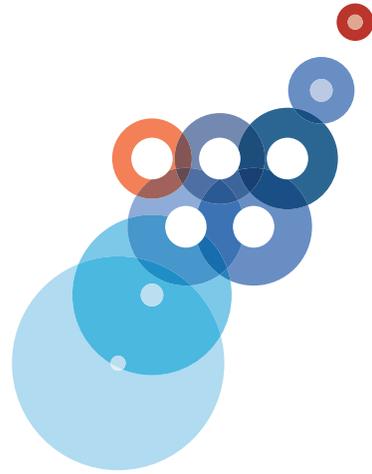
ENVIRONNEMENT & DÉVELOPPEMENT DURABLE	
<b>Green Win</b> <b>125</b> membres	<p>GreenWin est le Pôle de compétitivité de la chimie verte et des matériaux durables (incluant leurs applications dans les bâtiments à basse énergie). Ses 3 lignes stratégiques: le design de nouveaux produits basés sur les matières premières renouvelables (bio-sourcées) ou recyclables; le design de nouveaux produits et systèmes appliqués à la gestion de l'énergie (stockage de l'énergie, constructions durables...); le design de nouvelles techniques pour la réutilisation / le recyclage des produits et systèmes en fin de vie, ainsi que l'utilisation de décharges comme nouvelle source pour les matières premières.</p> <p><b>Contact :</b> Alain Lesage - Directeur général - Mob. +32 496 405103 - alain.lesage@greenwin.be</p>
<b>CAP 2020</b> <b>151</b> membres	<p>CAP 2020 est le Cluster de la construction, rassemblant constructeurs, architectes, producteurs et fournisseurs de matériaux et de services qui adoptent l'objectif européen de 2020, en matière de réduction massive de la consommation d'énergie.</p> <p><b>Contact :</b> Bertrand Wart - Director - Mob. +32 477 30 62 58 - bertrand.wart@cap2020.be</p>
<b>Eco-construction</b> <b>186</b> membres	<p>Eco-construction est un Cluster dont le but est la construction en respectant l'environnement et celui des générations futures, tout en offrant un maximum de confort aux occupants. Il rassemble architectes, spécialistes en thermographie infrarouge et en pollution électromagnétique, constructeurs, entreprises actives dans le secteur de la rénovation écologique, fabricants, fournisseurs de matériaux écologiques et des bio-électriciens, bureaux d'études, entreprises actives dans le domaine des énergies renouvelables, entrepreneurs spécialisés dans l'épuration des eaux par lagunage, l'installation de piscines naturelles, le traitement et la récupération d'eaux de pluies,...</p> <p><b>Contact :</b> Hervé-Jacques Poskin - Coordinateur - hj@ecoconstruction.be</p>
<b>TWEED</b> <b>100</b> membres	<p>TWEED (Technologie Wallonne Energie - Environnement et Développement durable) est le Cluster du secteur de « l'énergie durable », c'est-à-dire les sources d'énergie renouvelable, l'efficacité énergétique au niveau industriel et dans le secteur tertiaire ou encore le développement de produits et services «verts». Son objet prioritaire est de favoriser les investissements en production et exploitation de l'énergie durable en mobilisant autour de projets les entreprises et intervenants actifs de ce secteur.</p> <p><b>Contact :</b> Cédric Brüll - Directeur - cbrull@clustertweed.be</p>
<b>Val +</b> <b>60</b> membres	<p>Val+ est le Cluster spécialisées dans la valorisation des déchets solides de toute nature (déchets ménagers, déchets industriels classiques et dangereux, déchets de construction, déchets verts, déchets hospitaliers, amiante, boues, sols et eaux souterraines pollués, DEEE...)</p> <p><b>Contact :</b> Renaud De Rijdt - Administrateur Délégué - r.derijdt@valplus.be</p>

NUTRITION & SANTÉ	
<b>Bio Win</b> <b>500</b> membres	<p>BioWin est le Pôle de compétitivité qui fédère tous les acteurs wallons investis dans des projets innovants et/ou l'enseignement relatifs aux domaines des biotechnologies et de la santé. La recherche et le développement soutenus par le pôle couvrent tous les domaines de la santé. 8 thèmes technologiques ont été définis : les biomarqueurs + le diagnostic in vitro &amp; in vivo, les outils et équipements innovants, les systèmes d'administration de médicaments, les thérapies innovantes, les technologies de l'information appliquées à la santé humaine, les processus innovateurs et les innovations organisationnelles, l'équipement médical, la recherche de médicaments</p> <p><b>Contact :</b> France Fannes - D.G. - France.fannes@biowin.org</p>
<b>WagrAlim</b> <b>258</b> membres	<p>WagrALIM est le Pôle de compétitivité dédié à l'agro-industrie. Les industriels du secteur ont déterminé 4 axes prioritaires qui servent de fil rouge à toutes les démarches de collaboration entre entreprises et partenaires de WagrALIM: Aliments « santé »/Qualité nutritionnelle, Efficience industrielle, Emballages, Développement de filières d'industries alimentaires durables.</p> <p><b>Contact :</b> François Héroufousse - Directeur - francois.heroufousse@wagrAlim.be</p>



TECHNOLOGIES TRANSVERSALES	
<b>MecaTech</b> <b>213</b> membres	MecaTech est le Pôle de compétitivité de l'Ingénierie Mécanique. Les projets du Pôle MecaTech sont sélectionnés autour de quatre axes stratégiques : Matériaux et surfaces du futur, Technologies globales de mise en forme, Microtechnologies et mécatronique, Maintenance intelligente.
	<b>Contact :</b> Jacques Germy - General Manager - Mob: +32 475 76 76 17 Jacques.germy@polemecatech.be
<b>Cluster Photonique</b> <b>55</b> membres	Cluster Photonique est le Cluster qui regroupe les industriels et centres de recherche et de formation impliqués dans la science qui traite des photons, les composants de la lumière. Les systèmes photoniques sont des dispositifs qui permettent de générer, conduire, détecter et traiter la lumière.
	<b>Contact :</b> Guy-Michel Hustinx - Director - Mob. +32 475 98 47 00 - gmhustinx@clusterphotonique.be
<b>Plastiwin</b> <b>60</b> membres	Plastiwin est le Cluster couvrant l'entièreté de la chaîne de valeurs de la plasturgie : - les fabricants de matières premières, de mélanges-maîtres, de colorants et d'additifs ; - les moulistes, designers et fabricants d'outils ; - les transformateurs de matières plastiques actifs dans l'injection, l'extrusion, le soufflage, le thermoformage... ou encore dans l'usinage, la découpe, le pliage, le traitement de surfaces et les distributeurs.
	<b>Contact :</b> Francine Turck - Director - Mob. +32 494 88 58 75 - fturck@plastiwin.be

TIC & NUMÉRIQUE	
<b>Infopole Cluster TIC</b> <b>186</b> membres	Infopole Cluster TIC est le Cluster qui rassemble et fédère des professionnels des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), afin de promouvoir le business et l'innovation par le partenariat. Quatre domaines d'applications constituent le socle de leurs actions : la santé et Les biotechnologies (eHealth), les transports intelligents (Intelligent Transport Systems), les technologies vertes (ICT for Green) et le secteur public (eGov).
	<b>Contact :</b> Frédéric Jourdain - Directeur - Mob. +32 498 90 88 11 - frederic.jourdain@infopole.be
<b>TWIST</b> <b>100</b> membres	TWIST est le Cluster actives dans les technologies numériques de l'image, du son et du texte. Positionné sur le Cinéma/Animation et le Broadcast/Multimédia, il réunit des acteurs dont le savoir-faire est reconnu mondialement. Il oriente aujourd'hui son développement vers la mise en place de projets sur 6 axes : 3D stéréoscopique - Contenu Internet / mobile - Archivage numérique - Serious Game - Motion capture - Digital Signage
	<b>Contact :</b> Pierre Collin - Executive Manager - Mob. +32 475 663 880 - p.collin@twist-cluster.com



# Exporter quelles stratégies ?

# Exporter quelles

## Comment structurer sa présence sur les

La mise en place d'une stratégie export nécessite de se poser certaines questions et d'y apporter avec vos objectifs mais surtout avec vos moyens humains et financiers. Ci-dessous 10 questions

### 1 / Quel est votre environnement ? où sont vos concurrents ? Quel est leur positionnement ?

A l'étranger, l'étranger, c'est vous ! Cette affirmation devrait être affichée dans le département export de chaque entreprise. La première démarche commerciale est l'observation. À l'international, même dans des pays géographiquement proches ou francophones, la différence des cultures, la variété des acteurs et des modes de distribution obligent à une analyse fine et méthodique de l'environnement. La première des choses à faire est de réaliser une veille active sur vos marchés-cibles. Renseignez-vous auprès de l'AWEX, de l'UWE, de vos fédérations respectives (Agoria, Essenscia, Fevia...) ou des chambres de commerce et d'industrie qui sauront vous orienter dans vos recherches, vous communiquer un premier niveau d'information (souvent gratuitement). Tenez-vous informé des actualités économiques de votre secteur et du ou des pays ciblé(s). Parfois, une étude achetée quelques centaines d'euros peut vous faire gagner beaucoup de temps dans la compréhension du marché visé. Quelques heures passées sur Internet vous permettront d'obtenir de nombreuses informations qu'il vous faudra cependant valider. Le web recèle des masses d'informations disponibles mais dites-vous que les informations pertinentes sont souvent payantes !

Renseignez-vous également sur les salons sectoriels organisés dans chaque pays ainsi que sur les grandes foires allemandes incontournables (Anuga, Cebit, Bauma, Heimtextil...) ou françaises (SIAL, MIDEST, POLLUTEC...). Ces manifestations vous permettront d'identifier les principaux acteurs du marché, d'observer les exposants internationaux présents sur place ainsi que la vitalité du marché. Vous identifierez ainsi beaucoup de vos concurrents actifs sur le marché.

### 2 / Quelle est la valeur ajoutée de votre produit/service sur le marché ?

Le lien entre l'innovation et l'exportation est très fort. Si votre entreprise est innovante, il est très probable, voire certain, que vous ayez des opportunités de marchés à l'exportation. Pour vous en convaincre, lisez le témoignage de Cédric Szpirer, président de Delphi Genetics (page 44). Pour qu'un produit puisse rentabiliser l'important investissement commercial que vous vous apprêtez à faire sur un pays donné, il doit apporter une valeur ajoutée au marché local, car, à produit équivalent, il serait étonnant que vous soyez compétitif si le produit est déjà fabriqué sur place !

Identifiez vos concurrents présents sur le marché et leurs distributeurs ou filiales. Ce travail vous permettra de connaître le type de produits, le niveau de technologie et le niveau de prix acceptés par le marché. Bien sûr, vous conforterez cette analyse en vous rendant dans le pays.

### 3 / Votre technologie correspond-elle aux attentes du marché ?

Trop en avance, une technologie risque de ne pas être adaptée aux attentes des acteurs locaux, car trop compliquée et trop chère ! À l'inverse, si le niveau technologique de vos produits/services est trop en retard ou banalisé, vous allez devoir vous battre sur les prix, et donc inévitablement revoir vos marges à la baisse. Prenons l'exemple d'une machine à fabriquer des briques. Dans beaucoup de pays d'Afrique, une presse à main correspond à la demande locale, tandis qu'une presse motorisée automatique n'aura pas forcément de marché (absence d'électricité, de pièces détachées...). Un produit très technique qui ne pourra pas être réparé

# stratégies ? marchés étrangers

des réponses adéquates, en rapport  
auxquelles vous devrez trouver vos propres réponses !

localement ou qui fera économiser de la main d'œuvre dans un pays "low-cost" ne sera pas adapté au contexte local. Votre technicité ne sera pas le bon argument de vente. L'automatisation va même être parfois mal perçue localement lorsque le travail manuel au sein de l'entreprise fait vivre tout un village ou une ville.

Si l'exemple est extrême, il est transposable dans beaucoup de domaines à des degrés divers.

Un des points à prendre en compte est également le niveau de sécurité qu'offre le pays dans la protection des droits de propriété. Il est toujours moins risqué d'être copié sur un produit technologiquement obsolète plutôt que sur sa dernière invention !

### 4 / Quel couple "produit / marché" ?

Après avoir défini le degré d'innovation ou de technologie correspondant au marché, il faudra définir quel est le couple "produit / marché" par lequel vous allez commencer votre démarche export.

La liste des pays d'opportunités étant longue, les prérequis vus dans les points précédents devraient permettre un ciblage beaucoup plus affiné.

Ensuite, plusieurs façons pour prendre sa décision finale :

- Faire le tri des informations précédentes en fonction des pays : degré de maturité, présence des concurrents, attentes des consommateurs. . .

- Affinité linguistique : un pays dont on parle la langue sera plus simple à aborder. Attention aux pays francophones, la facilité de la langue cache toujours une grande différence culturelle qu'il ne faut pas sous-estimer !

- Facilité d'accès en matière de transport : le développement des affaires autour des lignes aériennes low-cost est une réalité. Quand il devient simple et peu onéreux de voyager, on se déplace plus souvent et on est donc plus présent auprès de ses clients ou de ses distributeurs.

Le choix stratégique d'aller vers un marché en développement ou vers un marché mature est plus difficile à prendre. La pratique prouve que beaucoup de Pme réussissent à prendre des parts de marchés dans des pays difficiles ou considérés comme à faible potentiel car elles sont plus réactives et plus adaptables que des grands groupes qui négligeront ces marchés.

Autre approche possible : là où il y a des concurrents, il y a des marchés et plus le marché est important, plus j'aurai une chance d'avoir "une part du gâteau".

#### **Conseil : ne pas hésiter à se faire aider par des spécialistes**

**Frédéric Colson, fondateur d'Air English (lire page 89) l'explique très bien, c'est grâce à des conseils externes (coach export) qu'il a pu établir sa stratégie export. 10 demi-journées de coaching lui ont fait gagner plusieurs mois dans sa réflexion.**

### 5 / Votre stratégie est-elle suffisamment orientée client ?

Repensez à votre maxime : à l'étranger, l'étranger, c'est vous ! Se remettre en cause sur ce sujet est essentiel. La première des choses à faire est d'être à même de communiquer dans la langue du pays, c'est à la fois un gage de respect mais surtout une garantie que vous serez bien compris lors des négociations et des

- échanges avec vos interlocuteurs. Avoir une plaquette traduite en anglais est un premier pas, qu'elle soit traduite dans la langue du pays visé permet au client de ne pas avoir à faire d'efforts pour découvrir votre offre.

Le second point est de comprendre et de s'adapter à la mentalité du client, à sa culture. Tous les exportateurs sont unanimes sur un point : l'international est une école d'humilité et de simplicité. Habitude de travail ou d'utilisation, couleur du produit, type de packaging, goût (pour les produits agro-alimentaires) ... il faut savoir s'adapter à l'attente du client.

## 6 / Quel mode de vente à l'étranger : agent, distributeur, ou implantation locale ?

Le mode de vente et de représentation à l'international est certainement l'élément stratégique qui a le plus évolué depuis 10 ans sous l'effet de la mondialisation des marchés. Aujourd'hui, crise oblige, les marges sont plus tendues : il est de l'intérêt de l'entreprise de raccourcir et de simplifier au maximum les circuits de ventes. Il faut être plus réactif sur le marché, anticiper les changements de gammes et les attentes techniques, et pour cela, avoir des informations fiables et des contacts directs avec le client. Il faut donner l'impression d'être national pour lutter contre un protectionnisme latent qui est l'effet boomerang de la mondialisation.

Pour toutes ces raisons, tous les schémas stratégiques tendent vers l'implantation commerciale ou industrielle ou tout du moins vers un schéma commercial ayant une très grande proximité avec le distributeur et ses clients. Le tout est de savoir à quelle phase de son développement il faut prendre ses premières marques à l'étranger. Parallèlement, l'entreprise a toujours la possibilité de se doter d'un relais local pour prendre pied sur le marché et dans un second temps démarrer ses performances commerciales. La trentaine d'incubateurs wallons dans autant de pays peuvent être un bon point d'appui.

## 7 / Vos capacités financières sont-elles en adéquation avec votre projet export ?

Le développement international entraîne des coûts qu'il faut impérativement prendre en compte dans son business plan. Les exportateurs doivent établir un plan de financement aussi réaliste que possible. Voici quelques exemples de charges liées à l'exportation : développement d'un service export, recrutement de

personnel spécialisé, études de marché, missions à l'étranger, participation à des foires internationales, formation des salariés, des agents ou distributeurs, adaptation produits... Un véritable investissement qui ne sera amortissable le plus souvent qu'au bout de 3 à 4 ans.

Heureusement pour les firmes wallonnes, elles n'ont jamais eu autant d'incitants pour se développer à l'international. En utilisant à bon escient les nombreux dispositifs de l'AWEX et de ses partenaires (Sofinex, Finexpo, Ducroire, SBI...), elles disposent d'un effet de levier important pour mobiliser les ressources nécessaires (*cf témoignages dans le chapitre sur les incitants financiers*).

### Conseil : ne pas voir trop petit, ni trop grand !

**Le secret de la réussite ? Ne pas voir trop petit dans votre démarche. L'investissement que vous avez réalisé pour vous développer en Belgique a été très important, il sera beaucoup plus important à l'étranger mais le jeu en vaut certainement la chandelle ! Réfléchir au financement de l'internationalisation est donc une nécessité : fonds propres, aides, avances remboursables ... de nombreux systèmes existent. Il faut les optimiser pour se donner un maximum de chance de réussite.**

## 8 / Votre personnel est-il apte à travailler dans un environnement international ?

Il n'y a de réussites que celles des hommes et femmes dans l'entreprise. Le premier travail consiste à faire l'inventaire des langues parlées dans l'entreprise ainsi que des gens qui ont une sensibilité pour l'international et qui seront donc des relais pour le projet.

La deuxième va être de regarder qui a une solide formation sur les techniques de l'exportation. Car il va falloir que, petit à petit, toute l'entreprise se synchronise avec votre projet d'exportation. Du standard, à votre assistante, de vos commerciaux à votre service logistique et d'administration des ventes, jusqu'à votre service après-vente. Définissez qui va réaliser les opérations commerciales et qui va assister cette personne, répondre au téléphone, envoyer les documentations... Tracez dans l'entreprise le schéma des décisions et flux d'informations

à traiter. Traduisez vos notices techniques, votre site Internet, votre présentation commerciale. Aujourd'hui, la première chose qu'un acheteur étranger va faire en recevant votre documentation, est de se rendre sur votre site Internet pour en savoir plus. Là aussi, pensez aux incitants financiers de l'AWEX. Une bonne maîtrise des techniques et des réflexes de l'exportation est indispensable pour gagner en temps et en efficacité. Un de vos collaborateurs devra être formé aux incoterms, aux moyens de paiements internationaux... La plupart des CCI organisent des formations sur ces sujets. L'implication du service technique est aussi essentielle, vous allez rapidement le solliciter pour des contrôles et des adaptations, il faut le faire adhérer au projet.

### **Conseil : impliquer tous les services de la société**

**Le projet export ne concerne pas seulement le département commercial de votre société. Tous les services (achats, SAV, développements produits, marketing, finance) doivent être impliqués.**

## **9 / Quelle est votre stratégie de marketing international ?**

Les stratégies de présence sur les réseaux vont bien au-delà du modèle de site web d'il y a 5 ans.

Le premier stade est bien sûr la visibilité sur le Web et les réseaux : votre premier réflexe pour rechercher un fournisseur n'est-il pas de surfer sur le web pour voir les nouveautés, les actualités ? Vos clients font de même. Internet abat les frontières. Il n'y a que deux stratégies. La première : se contenter d'un site "vitrine", c'est le minimum, mais cela ne vous permettra pas d'acquérir de nouveaux clients. La seconde stratégie est d'être plus offensif, voire de profiter vous-même de cet avantage offert par les réseaux en multipliant les possibilités de contacts et en optimisant votre visibilité dans tous les pays du monde. Cette seconde option a ses limites : certes, le coût de prospection est minime, ce qui vous permet une large communication mais cette prospection n'est pas ciblée et peut vous disperser sur des contacts non pertinents... Au delà de votre site internet multilingue, il faut aujourd'hui travailler la présence sur les moteurs de recherche, travailler avec les plateformes et annuaires internationaux.

Le stade suivant sera de travailler avec des outils collaboratifs : partager des informations avec vos clients, leur permettre d'entrer partiellement dans vos systèmes, entretenir des systèmes de SAV par blogs ... faire en sorte de vous retrouver en permanence dans leur environnement de travail, ce qui vous rendra indispensable. Pour cela, il va falloir entretenir des systèmes d'informations communicants et multilingues. C'est l'arme absolue de l'exportateur : créer un lien de dépendance avec son client ou son fournisseur en étant dans son système d'information et en cassant toutes les barrières d'éloignement géographique ou culturel.

Le troisième stade est la vente en ligne avec ou sans système de paiement. La vitesse de développement du e-commerce est purement incroyable depuis trois ans. L'envisager est aujourd'hui une obligation même si votre entreprise ne semble pas a priori directement concernée par ce genre d'outils.

**Conseil : Pour toucher des contacts pertinents sur plusieurs pays ou sur une zone géographique donnée, il est conseillé de vous rapprocher de professionnels du marketing direct qui sauront établir la meilleure stratégie pour conduire une campagne efficace (lire page 68). A noter qu'il existe également des incitants AWEX en matière de webmarketing.**

## **10 / Quelle est votre niveau de motivation ?**

En réalité, il s'agit de la première question à se poser. Si le dirigeant n'est pas (sur) motivé pour réussir sa démarche d'exportation, et qu'il ne parvient pas à motiver ses équipes en interne, il y a peu de chance pour que le projet soit mené à bien. Tout n'est pas qu'une question de volonté mais sans volonté rien ne se fera...

*S.Etaix*

# Ressources Humaines **pensez**

Vous avez de nouveaux projets à l'exportation, malheureusement vous n'avez ni le temps ni les moyens humains pour les initier ?... Le programme EXPLORT met à votre disposition des "jeunes" étudiants ou demandeurs d'emploi diplômés spécialement formés aux techniques du commerce extérieur.

EXPLORT est le programme de formations et de stages en commerce international développé par l'AWEX en vue de :

- Mettre à la disposition des entreprises exportatrices wallonnes une main d'œuvre qualifiée capable de doper leurs exportations.
- De proposer ponctuellement aux entreprises, pendant 3 mois maximum, les services de stagiaires spécialement formés à ce métier, pour développer l'un de leur projet à l'export.
- De permettre à des étudiants et des demandeurs d'emploi de réaliser leur première expérience commerciale sur le scène internationale. EXPLORT vise chaque année à faire bénéficier plus de 350 candidats étudiants ou demandeurs d'emploi de l'une ou l'autre formule de formation et de stage proposée.

## **Le Plan Marshall 2.vert, après le Plan Marshall 1, soutient l'intensification du programme EXPLORT**

de formation pratique et de stages d'immersion économique et linguistique à l'étranger en ce compris les programmes liés à l'interculturalité développés par la Cité Internationale Wallonie-Bruxelles, à hauteur de 650 bénéficiaires supplémentaires pour la période 2010-2014. EXPLORT est aussi un programme de formations et de stages en commerce international pour demandeurs d'emploi développé par l'AWEX en partenariat avec le Forem Formation, Centre de Compétence Management et Commerce.

Les stagiaires bénéficiaires du programme sont soit des étudiants de l'enseignement supérieur (Haute Ecole ou Université) en Communauté française issus de filières telles que : la gestion – l'économie – le marketing – le commerce extérieur – les langues (communication multilingue), soit des diplômés de l'enseignement supérieur disponibles sur le marché de l'emploi ou des demandeurs d'emploi disposant d'une expérience commerciale probante. Les entreprises exportatrices wallonnes sont les partenaires naturels de ces projets. EXPLORT leur offre l'opportunité de confier aux stagiaires la réalisation de projets liés à leur développement à l'international (en U.E. et hors U.E.).

Ce programme, qui existe depuis plus de 6 ans, a fait ses preuves auprès des différents publics cibles, permettant d'augmenter chaque année le nombre de stagiaires et d'entreprises bénéficiaires.

## **Formez vos salariés en langue étrangère !**

**On ne le redira jamais assez, la maîtrise des langues étrangères est une condition sine qua none pour réussir dans le business international. Si l'anglais demeure la langue incontournable, d'autres langues montent en puissance et sont de plus en plus pratiquées, comme le mandarin. En outre, dans de nombreux pays, il est inévitable de connaître un minimum la langue nationale. En effet, si un dirigeant allemand communiquera aisément en anglais, le chef d'atelier ne parlera qu'allemand. Et il en est de même dans de nombreux pays.**

### **L'Awex organise des sessions de formation**

**Afin de renforcer la capacité linguistique des salariés des entreprises wallonnes, l'AWEX organise des sessions résidentielles de formation accélérée en langue allemande, anglaise et néerlandaise, destinées aux petites et moyennes entreprises établies en Région wallonne.**

**Les contenus des cours sont définis par les participants et adaptés à leurs priorités professionnelles. Une session comprend 28 heures de cours. Ces sessions s'adressent à un public disposant d'un niveau intermédiaire et ne sont pas adaptées aux débutants complets ni aux niveaux avancés.**

**L'AWEX prend en charge 50 % du droit d'inscription à ces formations.**

**Info : a.latour@awex.be – 02/421.84.50**

# EXPLORT !

## Le programme EXPLORT se décline en deux versions

- l'une dédiée aux étudiants en dernière année d'étude dans une Haute école de la Communauté française (niveau Bachelier ou Master) dans les options : commerce extérieur, marketing, sciences de gestion et finances. Le stage réalisé pour une entreprise wallonne exportatrice ou auprès d'un poste d'un Attaché économique et commercial à l'étranger de l'AWEX doit être compris dans leur cursus académique. Le stage est supervisé par le corps enseignant.

- L'autre dédiée aux demandeurs d'emploi qui ont un intérêt pour le commerce international. Conditions d'accès minimum : avoir un niveau d'étude "bachelier" quel que soit l'orientation et avoir un bon niveau d'anglais (savoir tenir une conversation professionnelle), ou avoir une expérience commerciale probante. Les compétences linguistiques sont un plus manifeste. La plupart des stagiaires demandeurs d'emploi font une mission au bénéfice d'une entreprise. La recherche de stage, le parcours de formation et le stage, débriefing y compris est suivi par un "Coach EXPLORT".

### Ce sont les stagiaires qui doivent trouver leur entreprise de stage avec laquelle ils négocient leur projet de mission EXPLORT .

Les objectifs d'une mission EXPLORT peuvent être divers : participation à une foire, un salon ou une mission commerciale, première approche d'un marché, étude de marché, recherche et identification de prospects, de partenaires, de distributeurs ou d'agents, relance de clients ou d'un partenariat, premières démarches en vue d'établir un bureau de représentation ou une filiale...

**Les projets EXPLORT doivent impérativement être validés par l'AWEX.** Le Centre régional (en Wallonie) dont dépend l'entreprise vérifie l'éligibilité de l'entreprise aux aides de l'AWEX et les Attachés économiques et commerciaux de l'AWEX en poste dans le pays concerné par la mission vérifie la faisabilité et l'opportunité du projet.

**Toute mission EXPLORT est précédée d'un stage en entreprise** pour apprendre à connaître le produit ou le service à promouvoir à l'étranger et pour préparer la mission (identifier les prospects et interlocuteurs à rencontrer, calcul du prix de vente à l'étranger, préparer les rendez-vous ...) et tous les aspects logistiques (envoi d'échantillons, visa, réservation d'hôtel, ...)

L'Awex intervient largement dans les frais de la mission (bourse = intervention forfaitaire dans les frais de mission) billet d'avion pour les demandeurs d'emploi, autres frais divers...

**L'entreprise est le premier "client" du stagiaire** qui doit lui rendre compte régulièrement de l'avancement de sa mission, l'entreprise doit assurer un accompagnement professionnel de son projet, ceci est une condition indispensable à la réussite du projet.

**Toute entreprise exportatrice wallonne** (siège d'activité en Wallonie) peut bénéficier du programme EXPLORT (produits, services, tourisme, organisations culturelles) pour autant que le projet à une plus-value wallonne ou constitue une promotion de la Wallonie. Tous les statuts sont possibles depuis la SA, jusqu'à l'entrepreneur en personne physique en passant par les asbl et les soc. Coopératives.

EXPLORT tient à jour un portefeuille des projets de mission que les entreprises espèrent pouvoir confier à un stagiaire EXPLORT (étudiants ou demandeur d'emploi), ce portefeuille de projets est distribué à tous les stagiaires en recherche d'une entreprise de stage.

**EXPLORT organise au moins deux fois par an des rencontres "entreprises-stagiaires"** sous forme d'un speed dating, ces événements rencontrent un vif succès aussi bien auprès des entreprises que des stagiaires.

## Intéressé par les marchés musulmans ?



Le Club Halal et son centre de connaissances appliquées, PICCTRA, multiplient pour vous les opportunités !

L'économie musulmane, finance islamique et marchés halal compris, a franchi la barre des deux mille milliards de dollars et poursuit sa croissance à deux chiffres... L'AWEX, en collaboration avec l'UWE, a donc logiquement décidé d'accompagner les entreprises qui veulent saisir cette opportunité de nouveaux produits, de nouveaux canaux de distribution... et de nouveaux clients !

**Le Halal Club**, créé à l'automne 2010 par une trentaine de firmes wallonnes productrices-exportatrices de produits et services soumis à une certification 'halal', comptait déjà plus de 75 membres à fin 2012. Deux Focus Groups ont dès lors été créés pour faciliter les coopérations thématiques entre les membres : l'un est consacré aux ingrédients et technologies du halal, l'autre à une démarche « SHHare », orientée vers les travailleurs handicapés et s'appuyant sur le savoir-faire wallon en matière d'Entreprises de Travail Adapté (ETA).

Plus largement, les membres du Club partagent des expériences, des informations et des actions pour mieux pénétrer les marchés du halal dans les pays voisins (France, Allemagne, Royaume Uni et Pays-Bas), mais aussi à la grande exportation (Maghreb, Moyen-Orient, Asie centrale et du Sud-Est). Le site Internet du Club ([www.halalclub.eu](http://www.halalclub.eu)) permet aux fournisseurs et acheteurs étrangers de contacter plus efficacement ses membres. Chaque année, un pavillon du Club est

présent aux grands événements du secteur : MIHAS (Kuala Lumpur), INDHEX (Indonésie), Meknès Halal (Maroc), Paris Halal Summit, ...

Dans le cadre d'un accord signé en fin 2009 avec la Banque Islamique de Développement (B.I.D.), l'AWEX et l'UWE ont aussi développé un Centre de connaissances appliquées, baptisé "**PICCTRA**" (pour Point d'Information, de Contact, de Coaching et de TRAI-ning), qui est consacré à l'économie et à la culture d'affaires musulmanes.

Le PICCTRA vise à répondre aux attentes des hommes d'affaires mais aussi d'autres personnes (chercheurs, professeurs, ...) intéressées par les marchés musulmans et par leurs cultures spécifiques. Il se décline en deux dimensions : un centre situé au sein de la bibliothèque de l'AWEX à Bruxelles et un site Internet. Celui-ci comprend un volet 'documentations', un volet 'formations' et un volet 'contacts' qui se complètent. Conçu comme une « place de marché », PICCTRA accueille offreurs et demandeurs, dans une même approche « user friendly » : voir [www.picctra.com](http://www.picctra.com)

A travers l'AWEX et l'UWE, le Public et le privé s'associent donc dans une démarche qui, à la demande des entreprises, pourra s'ouvrir sur d'autres philosophies de consommation.

Posez vos questions sur [info@halalclub.eu](mailto:info@halalclub.eu).

# Comprendre l'évolution du commerce mondial et l'environnement normatif et douanier



Ces trente dernières années, les échanges se sont intensifiés. La valeur des exportations mondiales est passée de 2000 Mds Usd en 1980 à plus de 18 000 Mds en 2011, soit une augmentation de 800%. La montée en puissance des nouveaux acteurs tels la Chine, le Brésil, voire des régions entières comme l'Asie du Sud-Est ou demain l'Afrique bouleversent des équilibres économiques. L'impasse des négociations multilatérales dans le cadre de l'OMC conduit les Etats et groupements d'Etats à s'engager sur la voie des accords bilatéraux.

## Depuis 2005, pas moins de 132 accords bilatéraux sont entrés en vigueur !

248 accords sont en vigueur dans le monde, 90% d'accords de libre-échange et 10% d'unions douanières. Certains économistes évoquent un "bol de spaghetti" réglementaire, tant ces accords complexifient la réalité du business pour les entreprises du monde entier. Mais parce que ces accords recèlent d'opportunités non négligeables pour les entreprises exportatrices (et importatrices), il est indispensable d'en maîtriser les règles pour en tirer tout le bénéfice. A l'image de l'iPhone, icône d'une production globalisée, dessiné aux Etats-Unis, produit en Chine avec une part de valeur provenant d'Europe, les processus de conception et de production des produits s'inscrivent dans une chaîne de valeur mondiale.

## Les principaux accords en cours de négociation : Japon et USA

L'Union européenne a 29 accords avec 51 pays, 16 sont en cours de négociation, les deux plus importants étant le Japon et les USA. Pour chacune de ces discussions, le gouvernement belge pèse dans la définition du mandat donné à la Commission et dans les positions européennes défendues lors des cycles de négociation, afin d'y faire entendre les intérêts économiques des entreprises. Tout l'enjeu pour les entreprises est donc de se tenir au courant de l'actualité et de l'évolution de ces accords conclus et/ou en cours de négociation afin de faire évoluer leurs stratégies d'approvisionnement et d'exporta-

tion. Pour bénéficier de la baisse ou de la suppression des droits de douane, elles devront notamment bien s'approprier les règles d'origine. Le statut d'exportateur agréé (EA) permet de simplifier de nombreuses démarches. Elles devront également connaître la nomenclature douanière exacte de leurs différents produits. Elles peuvent se renseigner auprès de leur interlocuteur douanier (<http://fiscus.fgov.be>).

*Sylvain Etaix*

### Conseil : rapprochez-vous de la douane pour vérifier la nomenclature de vos produits

La bonne adéquation entre votre produit et sa nomenclature doit être vérifiée, voire faire l'objet d'une stratégie, pour éviter d'être pénalisé lors de votre exportation (blocage en douanes). Validez que vos expéditions sont conformes à l'ensemble de la réglementation à l'arrivée. Dans bien des cas, le différentiel de taxation douanière entre un produit fini (taxation forte) et des composants ou sous-ensembles (taxation plus faible) entrant dans la fabrication du même produit incite les entreprises à n'importer que ces composants et à faire fabriquer localement le produit en question. Il est aussi pertinent de vous assurer que vos concurrents sont soumis à ce même régime tarifaire, et par exemple qu'ils ne font pas partie d'un accord de libre-échange qui leur permettrait d'être exonéré de ces obligations, ce qui les rendrait d'autant plus compétitifs !

(Lire aussi le § sur les opérations douanières)

# Les Attachés Economiques et conseillent les entreprises wallonnes

## Rôle des Attachés Economiques et Commerciaux (AEC) :

- Diffusion d'informations vers le public étranger et aux entreprises wallonnes
- Représentation auprès des réseaux et milieux économiques locaux
- Promotion de la Wallonie et de ses entreprises
- Prospection commerciale

## Méthodologie

Nous avons interrogé 13 Attachés économiques et commerciaux (AEC) de l'AWEX en poste à l'étranger (Allemagne, France, Pays-Bas, Maroc, Inde, Chine, Malaisie, Russie, Brésil, Afrique du Sud, Etats-Unis, Emirats Arabes Unis, Mexique), afin qu'ils nous délivrent des informations pratiques sur leurs marchés respectifs. Nous leur avons posé les quatre questions ci-dessous :

**Question 1** Quels sont les principaux secteurs porteurs ?

**Question 2** Sur ces secteurs identifiés, quelle est la meilleure stratégie pour s'ancrer durablement sur le marché ?

**Question 3** Quelles sont les principales difficultés, aussi bien sur les aspects interculturels et humains que les aspects opérationnels (barrières tarifaires et non-tarifaires : douanes, normes, coût du transport, manque de ressources financières, ROI particulièrement long, ...) ?

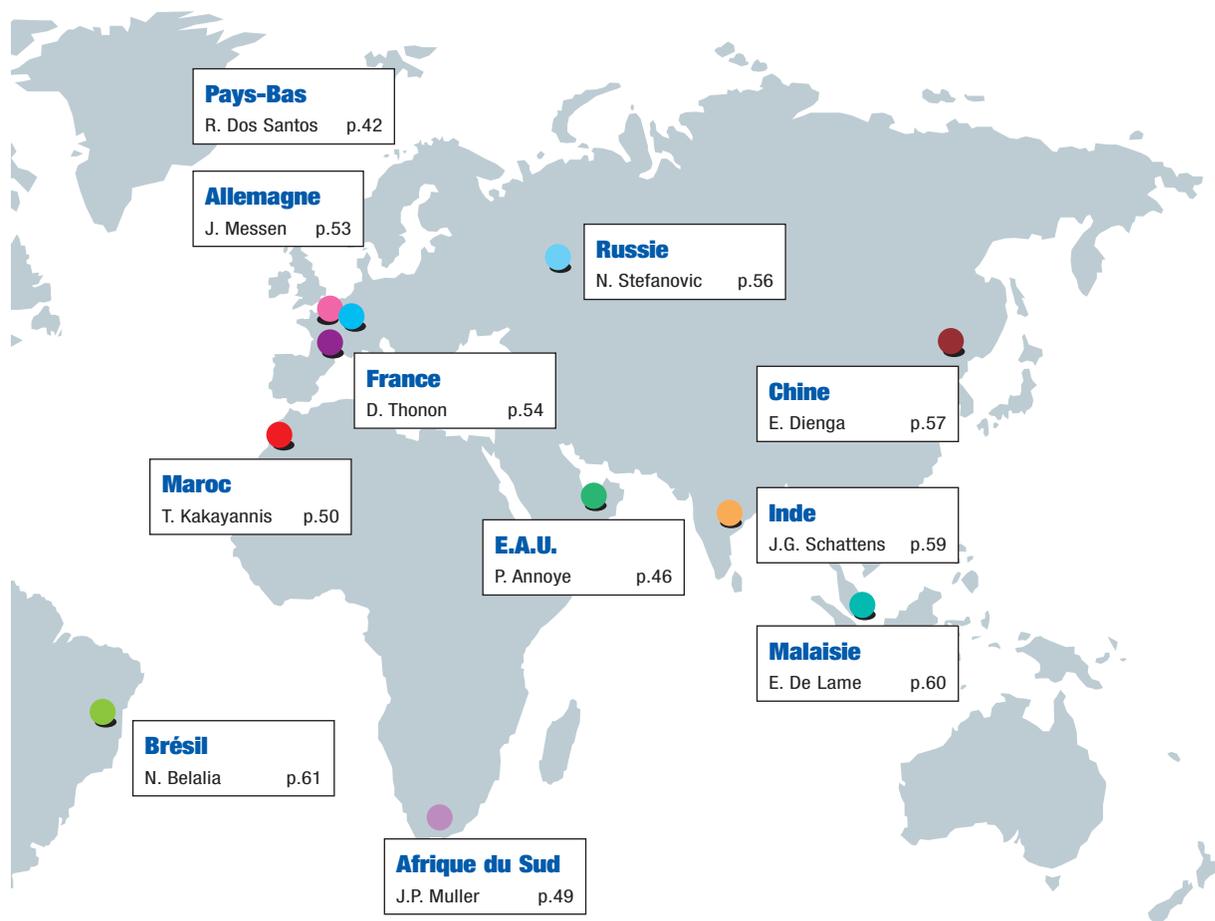
**Question 4** Quels conseils donneriez-vous aux exportateurs wallons : les choses à faire et à ne pas faire ?

Vous trouverez leurs réponses dans les pages de ce chapitre. Ainsi que le témoignage de six "success stories" wallonnes, championnes, ou futures championnes de l'export !



# Commerciaux de l'AWEX sur leur stratégie export

- Organisation de programmes de réunions individuelles et rendez-vous BtoB
- Assistance commerciale
- Recherche de partenariats et d'opportunités d'affaires
- Aide à la prospection des investisseurs potentiels.



## Pays-Bas

Rodrigo Dos Santos, AEC aux Pays-Bas

# Dynamisme et opportunités aux portes de la Wallonie

## Un pays de proximité très dynamique

**1** « Les Pays-Bas offrent de nombreuses opportunités commerciales : High tech (technologie de l'eau par exemple), énergies renouvelables, forage en mer, télécommunications, agroalimentaire... Les success stories de nos entreprises aux Pays-bas sont nombreuses notamment dans ce dernier secteur : Upignac (foie gras), Spa et Chaudfontaine (eaux minérales), Balade et Rochefort (beurre), Chimay et Chouffe (bières), Detry (charcuterie). L'exemple le plus notoire est l'entreprise Rolph & Rolph qui a passé un contrat avec la compagnie aérienne KLM pour l'approvisionnement d'un million de desserts surgelés par an. Face à la guerre des prix imposée par les géants de la grande distribution, Lidl et Aldi notamment, les produits du terroir tirent leur épingle du jeu face aux produits de consommation courante ».

## Un marché idéal pour les "primos"

**2** « Le Néerlandais est conquérant et bâtisseur dans l'âme. Il vaut mieux ne pas arriver vers lui en donneur de leçons. L'implantation n'est pas la solution la plus usitée. En effet 70 % des demandes wallonnes concernent la recherche d'importateurs. Les Pays-Bas représentent le troisième partenaire de la Wallonie avec 3,5 Mds € après la France (10 mds €) et l'Allemagne (8 mds €). Le pays peut s'appréhender comme une première approche export pour les entreprises belges en raison de sa proximité. L'exiguïté du marché intérieur, seulement 17 millions d'habitants, est compensée par les possibilités de grand export offertes par l'activité de ses grands ports comme Rotterdam et Amsterdam. En cela, les Pays-Bas peuvent s'appréhender comme un tremplin vers les autres continents. Le transit de marchandises est géré par un grand nombre d'opérateurs locaux. Un choix pléthorique d'acteurs auquel les entreprises wallonnes ont aisément accès ».

## Un relai pour le grand export

**3** « Bien qu'il s'agisse d'un pays voisin, les différences culturelles existent. Nous effectuons d'ailleurs un travail important de formation auprès de nos Pme



Credit : AntwerpPort

pour effacer les nombreux préjugés culturels et linguistiques communément admis. Les Néerlandais sont très ouverts et ne s'offusquent pas si on ne parle pas leur langue car ils maîtrisent par exemple bien l'anglais. S'agissant d'un marché intracommunautaire, les aspects opérationnels sont plutôt bien maîtrisés par nos entreprises. En revanche, lorsqu'il s'agit de grand export, nous apportons notre expertise et prenons le relais pour les demandes de certificats d'homologation de transport et la gestion des droits de douanes. Nos relations privilégiées avec les agents douaniers sont un atout primordial ».

## Opter pour les salons internationaux

**4** « Le meilleur conseil est de nous contacter ! Les bureaux de l'AWEX sont implantés à La Haye et Maastricht et sont stratégiquement bien situés au sein du territoire. Ils fournissent les aides classiques aux Pme : documentation, traduction de brochures, organisation de rendez-vous, ... Nous travaillons de manière très transversale. Par ailleurs, les salons professionnels sont une autre manière d'aborder le marché néerlandais. L'AWEX est présente sur l'ensemble des grandes manifestations BtoB aux Pays-Bas ».

J.T.

## Eloy Water : Asie-Pacifique un nouveau marché pour le traitement des eaux

**La société Eloy Water** (Groupe Eloy) basée à Sprimont est présente à travers une trentaine de pays. Sa spécialité depuis quarante ans : la fabrication de stations d'épurations individuelles, de citernes d'eau de pluie, de fosses septiques ou encore des dégraisseurs pour le marché du traitement des eaux. La zone Asie-Pacifique constitue un filon de premier choix pour son essor international. D'ailleurs deux filiales ont été récemment ouvertes en Nouvelle-Zélande et en Australie. Solidement ancrée en France et en Belgique, ses principaux marchés, EloyWater se positionne depuis 2007 comme un acteur prépondérant dans la zone Asie-Pacifique. « Par l'inexistence de réglementation en matière de traitement dans ces pays, le marché est finalement totalement ouvert ce qui procure des opportunités immenses de développement » commente Phillippe Alliaume, directeur export d'EloyWater basé à Kuala Lumpur.

Depuis la Malaisie, point central et stratégique, ce dernier, pilote le développement de la zone ainsi que les filiales en Australie, Nouvelle-Calédonie et Nouvelle-Zélande. « On n'imagine pas de tels écarts de comportements entre un Néo-zélandais et un Australien par exemple. Le premier se rapproche des Français et est beaucoup plus ouvert que son voisin très chauvin. C'est d'ailleurs pour cela que nous avons implanté une filiale près de Sydney ».

### En Asie, il faut présenter en premier son projet pilote

EloyWater doit être perçue comme une structure locale et non pas étrangère. Ici sans certification spécifique il est impossible d'entamer quelque prospection. A l'image des Américains, l'origine du produit ou l'historique de la société n'est pas un élément prépondérant. Leur questionnement portera sur la qualité du produit et sa valeur ajoutée par rapport à la concurrence. En Asie, la démarche est sensiblement différente, il faut d'abord présenter puis tester un projet pilote avant validation pour ensuite débiter la commercialisation.

En dehors des filiales, Eloy Water est présent dans les autres pays de cette zone par le biais de distributeurs locaux. « Nous ne traitons pas avec le client final, le plus souvent les collectivités locales, excepté lors de grandes opérations d'aménagement où nous négocions en direct avec le promoteur. De cette façon, nous nous appuyons sur un réseau de distributeurs locaux, privilégiant ainsi une proximité et des solutions adaptées aux contraintes locales ».

### Des produits adaptés à la taille du projet

Dans un marché, celui du traitement des eaux, où les principes d'épuration restent quasiment les mêmes d'une marque à l'autre, le défi est de se distinguer de ses concurrents. Dans ce contexte, un des avantages d'EloyWater est de proposer des produits adaptés à la taille des projets. « Je remarque trop souvent que mes prospects souhaitent installer des équipements surdimensionnés. Nous devons les convaincre de les adapter en fonction de leurs besoins ».

A noter : l'AWEX a contribué au développement d'Eloy Water en finançant le bureau de représentation de Malaisie pendant trois ans, en lui apportant une aide pour l'obtention de la certification d'EloyWater en Australie et en organisant la mission princière dans la zone Pacifique.

*Julien Thibert*



CHRISTOPHE D. R.

## Delphi Genetics, partenaire du géant américain Merck - MSD "Les activités de biotechnologies sont fortement encouragées"

Spin-off créée en 2001 par 3 chercheurs de l'université libre de Bruxelles (ULB), **Delphi Genetics** est une de ces pépites wallonnes championnes à l'exportation. Après dix ans d'intenses travaux en R&D (un tiers des effectifs sont des chercheurs) dans le domaine de la génétique et de la production de protéines et d'ADN (permettant aux laboratoires pharmaceutiques de travailler sur des traitements anti-cancéreux), elle est arrivée à maturité, ce qui lui permet aujourd'hui d'exporter ces kits de bactéries et licences d'exploitation auprès des plus grands laboratoires dans le monde entier. "Nous réinvestissons près d'un tiers de notre chiffre d'affaires (entre 2 et 5 millions) en R&D sur notre site de Gosselies. Il faut reconnaître qu'en Wallonie, les activités de biotechnologies sont fortement encouragées » explique Cédric Szpirer, directeur de la société. « Nous bénéficions de nombreux dispositifs fédéraux (exonération de charges jusqu'à 75% pour l'embauche d'un chercheur), régionaux\* et européens pour les projets transeuropéens comme Eurotransbio (mise au point d'un micro-fermentateur) auquel nous participons avec un consortium allemand et des entreprises néerlandaises, belges et espagnole. En outre, les revenus liés aux accords de licence sur des brevets déposés bénéficient d'une réduction d'impôt ».

### Réduction d'impôt sur les revenus liés aux accords de licence

« Les premières années, nous avons travaillé sur la propriété intellectuelle et la mise au point de nos technologies brevetées. Depuis quelques années, notre modèle est validé par les acteurs mondiaux de la filière pharmaceutique, ce qui nous permet aujourd'hui de réaliser plus de 80% de nos ventes à l'exportation : 30% en Europe, 60% aux USA et 10% en Asie. Nous travaillons

le plus souvent avec des distributeurs locaux par exemple en Chine, au Japon, aux USA, en Europe, à Singapour et en Malaisie et parfois en direct » explique Cédric Szpirer.

### Un projet de filiale commerciale aux U.S.A.

Un premier accord international a été signé en 2008 avec Sanofi Pasteur pour la production de vaccin, puis en 2010 avec GSK. « Fin 2012, nous avons conclu un accord de licence avec le géant américain Merck-MSD. Le contrat porte sur l'application de notre technologie StabyExpress ». L'Awex a supporté la société dans ses activités de prospection qui ont permis d'obtenir ces contrats qui représentent « une part significative » du chiffre d'affaires de Delphi. « En juin 2011, nous avons participé à une mission princière qui nous a permis de rencontrer directement les décideurs de Merck-MSD et a ainsi facilité notre mise en relation. Nous avons ainsi gagné beaucoup de temps et d'argent dans notre prospection ».

Aujourd'hui, ces accords permettent à la Tpe wallonne d'envisager l'avenir avec sérénité. Aujourd'hui, les actionnaires (les 3 fondateurs et l'Université Libre de Bruxelles) planifient de nouveaux projets. « Nous sommes en pleine réflexion. La création d'une filiale de commercialisation aux Etats-Unis pour consolider notre présence sur ce marché est analysée. Parmi nos autres projets, nous allons poursuivre nos activités de R&D pour améliorer les technologies existantes et en développer d'autres notamment sur les cellules de mammifères ».

*Sylvain Etaix*

\*Via la DGO6 : subsides ou avances remboursables jusqu'à hauteur de 80% pour des projets de recherche éventuellement menés dans le cadre du pôle Biowin et l'Awex.

 **U.S.A.**

Bernard Geenen, AEC à Washington D.C.

## Un marché lucratif mais exigeant

### L'Oil & gas a le vent en poupe

**1** « Les Etats-Unis fourmillent de secteurs en pleine croissance. On peut retenir essentiellement l'automobile, le ferroviaire (projets de train à grande vitesse, pétrole), l'oil & gas, industrie des loisirs, le software et les biotechnologies. A noter qu'en dix ans, le goût des Américains pour les produits sophistiqués a impacté de nombreux secteurs d'activités. Les bières, biscuits et chocolats belges ont ainsi le vent en poupe ».

### Favoriser une approche régionale

**2** « Il est souvent admis qu'il est impossible de faire des affaires sans une présence physique. C'est véritablement le cas. L'Américain aime la proximité et ne comprendra pas s'il faut appeler à l'étranger. Ne pas oublier qu'aux Etats-Unis le client est roi et que le service après-vente doit être irréprochable. La meilleure stratégie d'implantation réside dans le choix de la région. On ne peut pas appréhender les US d'un seul bloc. Le Nord-Est, la Floride, la Californie, le Texas sont économiquement très dynamiques. La Virginie constitue un point d'ancrage intéressant car les coûts d'implantation sont moindres que dans d'autres Etats. De plus, sa situation géographique permet un grand rayonnement dans le Nord-Est américain ».

### La difficulté de s'adapter aux normes américaines

**3** « Les douanes américaines sont réputées très protectionnistes. Bien que la Wallonie exporte seulement 5-7% de ses produits aux Etats-Unis, il faut noter que les règles sont clairement différentes mais pas

pour autant si contraignantes. Les normes de sécurité alimentaires et sanitaires ne sont effectivement pas du tout les mêmes qu'en Europe. Par exemple, dans le secteur automobile, les crash-tests ne sont pas réalisés à la même vitesse et les angles d'impact sont différents de ce que l'on retrouve en Europe. Pour adapter un véhicule au marché européen, il est obligatoire de reprendre les essais depuis le départ. Par ailleurs, il ne faut pas prendre pour argent comptant un geste amical comme une poignée de main ou un accueil chaleureux durant le premier rendez-vous. « Only money talks ». Le cœur du business réside dans le contrat et tout doit-y être consigné dans le moindre détail car les Américains sont procéduriers et n'hésiteront pas à rompre une collaboration du jour au lendemain ».

### Le « comittment » une nécessité

**4** « Les Pme wallonnes ne peuvent pas gérer l'ensemble de leur processus d'internationalisation. Ainsi notre mission est importante dans l'accompagnement et surtout dans le rôle de conseil qui fait partie de nos prérogatives. Le marché américain est très exigeant et les exportateurs wallons doivent intégrer la notion de « comittment » autrement dit l'engagement qui marque la volonté de la Pme à développer un business aux Etats-Unis, mâtinée de sérieux et de patience ».

Julien Thibert



Credit: D.R.

## Emirats Arabes Unis

Pierre Annoye, AEC à Dubaï

### Derrière le luxe, mille et une opportunités

#### Construction, santé, TIC, hôtellerie...

**1** « Aux Emirats Arabes Unis, quatre secteurs se distinguent particulièrement : la construction/matériaux, les TIC, la santé et la restauration/hôtellerie. Ils correspondent d'ailleurs à quatre grands salons qui rythment l'activité de notre bureau de Dubaï : BIG Five, Arab Health, Gitex et Gulfood. L'AWEX est présente avec une collectivité d'entreprises wallonne, à chacune de ces grandes manifestations internationales ».

#### Les acheteurs ne restent que 6 mois à leur poste

**2** « La patience ! En effet, il faut en moyenne deux à trois ans avant de signer un contrat. Localement les donneurs d'ordres ont une approche assez lente à l'image des Indiens. De plus il y a un grand turnover au sein des entreprises. Les responsables achats par exemple ne restent pas plus de six mois en poste ; ce qui rend la relation commerciale très difficile autant dans la phase d'approche que celle des négociations. Il faut entretenir une relation au jour le jour. Notre bureau local propose en ce sens un incubateur qui accueille les entreprises qui n'ont pas de représentation en propre. Celles-ci bénéficient d'une base locale provisoire ».

#### Le luxe : partie émergée de l'iceberg

**3** « Il faut relativiser la notion d'interculturel dans les EAU. En effet, la population est composée à seulement 10 % d'Emiratis et 90 % d'étrangers.



Credit: Intercontinental

L'exportateur traitera d'ailleurs le plus souvent en direct avec des expatriés, des anglo-saxons pour la plupart, qui sont nommés aux postes clés des grandes entreprises localement implantées. Ce melting pot est aussi visible au sein des grands canaux de distribution locaux qui sont gérés par des communautés différentes selon le type de biens vendus. Le marché du luxe ne concerne qu'une infime partie de la population des EAU ce qui désacralise l'image « haut de gamme » vendue par les autorités notamment à travers l'hôtellerie de luxe. Il existe donc un marché plus traditionnel à destination d'une classe moyenne (largement représenté par les Indiens) qui gagne entre 1200 et 2000 euros par mois ».

#### Salons internationaux, une présence obligatoire

**4** « Les droits de douane sont calculés à partir de la valeur CIF du produit. Le tarif douanier moyen est de 5% et s'applique sur les principaux biens importés : les produits alimentaires et les médicaments. Les produits soumis à des droits de douane élevés sont l'alcool et le tabac (entre 50 et 80 %). Les produits dont la valeur est inférieure à 500 AED (102 euros environ) sont exemptés de droits de douane et de TVA. Il n'y a pas de grands conseils généraux à donner sinon celui de ne pas prospecter entre juin et septembre qui correspond localement à une période de vide économique. Les principaux rendez-vous pour le business restent ces grands salons internationaux durant lesquels tout se décide ».

Julien Thibert



Credit: Intercontinental

## Waterpro L'export en "eaux grises" au Proche-Orient

La start-up liégeoise a développé une solution de gestion de l'eau dans l'habitat individuel et collectif : la récupération des eaux « grises » issues des baignoires et des douches. Un système innovant et efficace qui porte la jeune pousse sur les marchés étrangers, notamment à Dubaï. Derrière le faste des buildings et des boutiques de luxe, les autorités dubaïotes s'attachent à résoudre une problématique de taille : la gestion des eaux et l'économie à réaliser sur une ressource naturelle qui s'avère aussi précieuse que l'or noir.

Depuis 2007 et sa première participation au salon international du bâtiment et de la construction « Le Big Five Show » de Dubaï, **Waterpro** a fait mûrir son projet. « Nous avons le choix de passer par des distributeurs pour vendre nos produits. Ils sont nombreux dans notre secteur mais en tant que nouvel acteur sur ce marché nous avons souhaité limiter les risques notamment de non-paiement, en signant un partenariat avec un industriel local émirati dont l'expérience dans l'écoulement des eaux nous a plu » explique Olivier Cremer, directeur export de Waterpro.

Ce dernier évoque par ailleurs des relations qui ne sont pas forcément « simples » même avec un contrat bien bordé. « Au final, c'est le partenaire local qui aura la décision finale de toute manière. A partir de là, il est essentiel d'entretenir une liaison durable et ne pas se contenter d'un seul voyage par an. Il faut multiplier les séjours et garder un œil sur la conduite des affaires ».

### Un projet évolutif

Au fur et à mesure, la petite structure de cinq personnes a fait évoluer son produit et travaille actuellement à son optimisation. « Nous avons adapté notre petite station de traitement des eaux résiduelles destinée initialement aux habitats individuels vers un modèle collectif pour répondre aux exigences du marché. Le principe est simple : au lieu de rejeter à l'égout l'eau utilisée pour les baignoires

et les douches, elle est récupérée pour alimenter les chasses d'eau des toilettes. L'économie réalisée est à la fois pécuniaire et citoyenne en s'inscrivant totalement dans le respect de l'environnement ».

Selon l'entreprise, la facture d'eau pourrait être ainsi divisée par deux. Les autres arguments ne manquent dans ce secteur très concurrentiel : compactibilité et facilité d'usage, compatibilité avec les méthodes modernes de construction, adaptation aux maisons, appartements et hôtels, ... Les premières commandes sont prévues pour début 2014. Waterpro n'a pas misé que sur la seule région du Proche-Orient et s'est ouvert les portes du marché américain, précisément en Californie, mais également en Europe où les problématiques environnementales liées à la gestion de l'eau sont également vivaces.

*J.Th*



Credit : Naaman Bouhamed

## Lisam Systems “Tout le développement de nos produits est réalisé en Wallonie. Et 50% des royalties qui proviennent de nos ventes à l'étranger reviennent ici !”

Ancien salarié de Solvay, Thierry Levintoff fait le constat que nombre d'entreprises chimiques se voient confrontées à une tâche aussi chronophage qu'essentielle : la rédaction des fiches techniques de sécurité de leurs produits. D'où son idée de créer un logiciel de gestion des obligations réglementaires dont il revendra la licence d'exploitation. Aujourd'hui Lisam basée à Ecaussinnes réalise 7,5 millions d'euros de ventes, dont 5 millions à l'export, pour un Ebitda\* de 1,3 millions. Et une soixantaine de personnes « dont 34 polytechniciens » explique Th. Levintoff selon lequel « nous ne sommes pas très bons commercialement mais nous avons de très bons produits ». L'entreprise est très active sur les marchés étrangers « car la réglementation en la matière est internationale, tout comme le sont nos clients ». Ainsi, **Lisam Systems** s'est fortement déployée sur les marchés étrangers : présence en France (bureau de trois personnes à Paris Lisam telegis France), deux bureaux en Belgique (francophone et néerlandophones), un bureau de trois personnes en Inde, un bureau en Chine, une filiale aux Etats-Unis et en

Grande-Bretagne (depuis le 1er janvier 2013) et peut-être bientôt en Russie où Th. Levintoff rêve de s'implanter. « Pour couvrir les autres pays, nous nous appuyons sur un réseau d'agents ».

### Un énorme potentiel aux Etats-Unis

C'est clairement aux USA que les activités se développent le mieux. « En moyenne deux nouveaux clients par semaine alors que l'activité en Europe est atone » résume Th. Levintoff. Le premier client américain, Intertech USA, a été apporté par l'Awex « qui, au cours d'une mission commerciale nous a mis en relation avec l'université Texas A&M. Nous savions que les Etats-Unis étaient le premier marché mondial. On voulait y aller mais on ne savait pas comment. La rencontre avec l'Université texane a tout accéléré ». En effet, convaincue du projet, l'Université est montée à hauteur de 25% du capital de la nouvelle filiale de la tpe wallone. Cet actionnaire de référence a permis à la jeune société de booster ses activités, d'autant que la nouvelle réglementation américaine ouvre à Lisam USA un marché potentiel de 13 000 clients.

Pour être en phase avec le marché, la nouvelle société a réalisé une augmentation de capital et est en négociation avec un fonds américano-belge pour se donner encore davantage de moyens. « Le marché américain est énorme. Nous allons augmenter nos effectifs, en recrutant deux commerciaux et un technico-commercial d'ici la fin de l'année. Nous visons les 3 millions de chiffres d'affaires d'ici deux ans ». Un développement qui portera également la croissance de la maison mère à Ecaussinnes. « Tout le développement de nos produits est réalisé ici. Et 50% des royalties qui proviennent de nos ventes à l'étranger reviennent ici ». Quand la réussite internationale d'une Pme bénéficie à l'économie wallonne !

Sylvain Etaix

\* Revenus d'une entreprise avant soustraction des intérêts, impôts, dotations aux amortissements et provisions sur immobilisations.



Credit : www.texasam.org

## Afrique du Sud

Jean-Pierre Muller, AEC à Johannesburg

# Une région prioritaire pour le “grand export”

## Mines et infrastructures en lead

**1** « Les principaux secteurs porteurs sont les infrastructures (transport public, route, ports), les greentech, le secteur de l'eau et des déchets (traitement / recyclage) et l'engineering : en particulier le secteur des mines et de l'industrie lourde (aciérie), mais aussi les métaux non ferreux, le verre, le textile, la chimie, les matériaux de construction, la plasturgie ».

## Implantation physique obligatoire

**2** « Pour réussir sur ce marché, il faut envisager de s'y implanter un jour ou l'autre. Toutefois, l'approche pas à pas est préconisée pour une implantation locale à moyen et long terme : étude de marché, déplacement pour rechercher un distributeur (LAWEX peut organiser des rendez-vous d'affaires). L'exportateur peut ainsi bénéficier du programme APE (voyage d'Assistance-Prospéction-Etude). La participation aux foires internationales fait partie de cette démarche de prospection et est une bonne manière de trouver un partenaire local. L'étape intermédiaire avant d'envisager de créer une filiale est le bureau de représentation ou la PTY Ltd comparable aux SPRL et BVBA. A noter : bien choisir son lieu d'implantation (Johannesburg-Pretoria, Durban, éventuellement Cape Town) mais ne pas sortir de ces grands pôles d'activités ».

## Le Black Economic Empowerment, une nécessité

**3** « L'Afrique du Sud est une société multiculturelle et par essence très ouverte. En revanche la langue officielle reste l'anglais. L'Afrikaans est un atout supplémentaire. La ponctualité des Sud-Africains est toute relative. Leur notion du temps est assez floue et fataliste car dictée par le fameux « TIE » (This is Africa). En revanche les gens sont disponibles et flexibles pour vous recevoir au pied

levé s'ils le peuvent. Dans les aspects opérationnels, pas de difficultés particulières. Il existe un accord de libre-échange avec l'Union européenne appelé TDCA (Trade Dev. & Cop agreement). Un modèle du genre puisque 95% des produits Sud-africains entrent en UE hors taxe et 86% des produits EU entrent en Afrique du Sud hors taxe ! De plus les droits anti-dumping sont assez limités : inférieurs à 10 % pour l'UE contre 60% pour les BRICS ».

Le Black Economic Empowerment (BEE) est un nouveau code introduit en 2013 dans le monde des affaires. Il s'agit d'un programme de discrimination positive destiné à redresser les inégalités raciales. Un système de « bonus/malus » est établi auprès des entreprises locales selon leur utilisation ou non de ce programme. Ce « score » est pris en compte dans les appels d'offre publics. Il peut faciliter, lorsque celui-ci est élevé, les relations avec de potentiels distributeurs ou fournisseurs ».

## S'imprégner de l'histoire Sud-africaine

**4** « Il faut s'intéresser à la culture locale, savoir s'adapter à son interlocuteur en brisant la glace lors de discussions informelles sur des sujets comme le sport ou la musique et notamment le kwaito. Il est nécessaire aussi de venir régulièrement pour établir des relations personnelles avec vos interlocuteurs. La bonne connaissance du BEE (black economic Empowerment) reste primordiale. L'exportateur doit également s'adapter aux horaires de travail assez différents : la journée commence tôt le matin et se finit en milieu d'après-midi. Les dîners d'affaires sont rares. Eviter en revanche les sujets politiques. Faire crédit n'est pas conseillé dans un pays où les ménages sont encore plus endettés qu'aux Etats-Unis ».

*Julien Thibert*

## Maroc

Takis Kakayannis, AEC à Casablanca

# Un Hub régional pour le continent africain

## Les Pme wallonnes bien positionnées dans la mécanique et la construction

**1** « Il existe une forte demande dans l'industrie d'une manière générale ainsi que dans la construction et le Btp, notamment pour le logement : des programmes immobiliers de luxe, de moyen de gamme et des logements sociaux. Le secteur des NTIC offre des opportunités en consultation. Dans le domaine de l'énergie, les projets sont nombreux mais les entreprises se trouvent confrontées à un problème de taille critique. Seules les grandes entreprises peuvent remporter les appels d'offres. Cependant, les Tpe ou Pme wallonnes peuvent se positionner en fourniture de services ou en support technique. Les entreprises wallonnes sont bien positionnées dans la mécanique, la chaudronnerie, la construction, l'agroalimentaire ou encore la chimie ».

## Possibilité de rapatrier ses dividendes en Belgique

**2** « Il y a deux logiques d'ancrage sur le marché marocain. D'abord, celle de l'exportation de produit fini à destination du marché marocain depuis la Wallonie. Elle nécessite un travail de prospection commerciale qui peut se faire en partie depuis la Belgique. Nous pouvons aider l'entreprise à identifier ses prospects, à organiser des rendez-vous, voir participer à des missions ou des foires. Ensuite, si l'entreprise veut s'ancrer plus durablement sur le marché, participer à des appels d'offres, être reconnu comme acteur dans son domaine, elle devra créer une filiale de droit marocain. Cela lui demandera plus d'investissement et une prise de risque un peu plus importante en fonction de la nature de son activité. Le droit marocain des affaires est propice au business: rapidité de création de société, possibilité de rapatrier ses capitaux, possibilité d'importer des marchandises. Si l'entreprise veut vendre ses produits sur le marché domestique, il est préférable de rechercher à s'établir à Casablanca. Si l'objectif est de réexporter, tout ou partie de sa production, elle a davantage intérêt à s'établir sur Tanger. Les Wallons sont assez pragmatiques dans leur démarche commerciale et industrielle. Ils ne veulent pas tout révolutionner et proposent souvent des solutions peu coûteuses. Cette approche très « terre à terre » est appréciée.

Au Maroc, les entreprises wallonnes sont considérées comme faisant partie de l'Europe du Nord, sont réputées être sérieuses et dotées d'un bon savoir-faire ».

## Avoir une bonne trésorerie

**3** « La principale difficulté est d'établir un réseau commercial ou de représentation, que ce soit d'agents ou de distributeurs. Il ne faut pas forcément vouloir travailler avec le plus gros "faiseur" de la place. Dans la distribution alimentaire, le fournisseur wallon n'aura le choix qu'entre trois ou quatre acteurs mais dans les autres secteurs, il peut choisir des partenaires de taille modeste, équivalente à la sienne et qui feront peut-être davantage d'efforts pour vendre sa marque que ne le feraient de gros acteurs. Parmi les autres défis à relever :  
- Trouver du personnel qualifié et le garder,  
- Avoir une bonne trésorerie car les délais de paiement sont longs (entre 6 mois et 1 an),  
- S'adapter aux lourdeurs administratives héritées du système français. Il faut une autorisation pour tout ! On les obtient toujours mais cela prend énormément de temps. A l'opposé de ce que connaissent les entreprises wallonnes ».

## Pensez à la réexportation

**4** « Venir sur place, se faire sa propre opinion. Ne pas hésiter à approfondir les relations avec ses interlocuteurs. Ici, comme dans la plupart des pays arabes, la notion du temps est très relative. Il ne faut pas vouloir aller trop vite, ne pas espérer avoir des retours aux mails envoyés depuis Liège ou Bruxelles. Au Maghreb, le contact humain est primordial. Il faut donc se déplacer, rencontrer ses interlocuteurs, à maintes reprises, s'intéresser à eux. Une prospection commerciale peut durer 18 mois avant d'enregistrer la première commande. Considérez le Maroc comme un hub de réexportation vers le continent africain. Depuis deux ans, on le voit de plus en plus dans la maintenance industrielle (pièces détachées de matériels de travaux publics) et services. Casablanca accueille de nombreux séminaires professionnels africains (finances, médecine etc. . .). Et s'affirme de plus en plus comme un hub régional de facilitation des affaires en Afrique ».

S.Etaix


**Mexique**

Florence Vanholsbeeck, AEC au Mexique

## Point d'entrée stratégique sur le continent américain

### Marketing, une forte valeur ajoutée pour son produit

**1** « Les secteurs porteurs sont nombreux au Mexique : santé, biotechnologies, infrastructures/transport, NTIC, environnement et énergies renouvelable, aéronautique/aérospatial, sécurité, logistique. Dans l'agroalimentaire, le secteur de la brasserie a le vent en poupe. De nombreuses boutiques spécialisées vendent de la bière étrangère, certes plus chère que la mexicaine. Un prix qui se justifie par un marketing axé sur la qualité ».

### Privilégier l'approche régionale

**2** « On recommande aux exportateurs de passer par un distributeur ou un agent. Selon le secteur, nous conseillons certaines régions car il ne faut pas oublier que le Mexique est vaste ! Mexico, Quérétaro, Puebla sont de très bons points d'entrée selon les secteurs ciblés. Nous traitons essentiellement des demandes concernant la recherche de distributeurs. Considérez avant tout la capitale et recherchez un importateur ou distributeur avec une capacité logistique sur la totalité du pays ou plusieurs en fonction des Etats que vous souhaitez toucher. Le district fédéral de Mexico et l'état avoisinant de Mexico comptent quelque 22 millions d'habitants ».

« Le Mexicain est d'apparence très amicale et presque intime. Cette attitude est résumée dans l'expression : « mi casa es tu casa ». Néanmoins, il s'agit d'une attitude qui ne montre pas la réalité de la position de votre partenaire. Même un « sí, me interesa » ne veut pas forcément dire « oui, je suis intéressé », il faut savoir interpréter le message. Dans le même ordre d'idée « ahorita » qui, traduit littéralement, veut dire « tout de suite » ou « à l'instant » peut vouloir dire aussi « dans une heure, une semaine ou deux ans ». La langue de communication sera le plus souvent l'espagnol. L'anglais même s'il est la langue du principal partenaire commercial et investisseur du Mexique n'est pas pour autant maîtrisé. Inutile de préciser qu'un site et une documentation en langue espagnole sont un atout majeur ».

### Un business facilité par les Accords de Libre-Echange

**3** « Les Traités de Libre-échange signés entre l'Union européenne, d'une part et le Mexique ou le Chili, d'autre part, octroie aux marchandises en provenance de l'Union européenne une origine préférentielle, c'est à dire le paiement de droits de douane réduits pour l'exportateur. Afin d'obtenir ces réductions des droits de douane, l'exportateur doit prouver l'origine communautaire du produit par la remise d'un certificat EUR.1 ou par une déclaration sur facture dans le cas d'exportations pour un montant inférieur à 6.000 Euros ou dans le cas du régime de l'exportateur agréé. Ce certificat sera visé par les douanes mexicaines ».

### Entretenir les relations d'affaires

**4** « Il faut faire bonne impression dès le premier rendez-vous et aller plus loin ensuite en évitant d'envoyer un simple mail. Un coup de téléphone au minimum, voire un nouveau déplacement sont clairement indiqués. Le pouvoir d'achat moyen d'un Mexicain représente 30% de celui d'un Belge. Partant de ce constat, le prix est un élément clé. Néanmoins dans un marché de 116 millions d'habitants en 2013, même si une infime partie de la population peut se permettre de consommer des biens considérés comme des biens de luxe, cela nous projette à des niveaux de consommation du marché belge voire plus ».

J.Th.



CRÉDIT : D.R.

## Vigan Engineering une opportunité dans chaque port

Voici le leitmotiv de l'entreprise **Vigan Engineering** fabricant d'équipements pour le déchargement des bateaux de céréales et autres produits agroalimentaires en vrac. En appliquant les mêmes méthodes, basées sur la rigueur et l'innovation, depuis plus de quarante ans, la société de Nivelles a pu conquérir les quatre coins du monde.

### 1500 machines, dans 80 pays

« En tant que petite Pme, de surcroît wallonne l'export est une chose naturelle. C'est pourquoi nous exportons à 99 % nos machines depuis la Belgique. Nous sommes donc obligés d'aller à l'international pour nous développer » explique Nicolas Dechamps, administrateur délégué de Vigan.

Egypte, Algérie, Arabie Saoudite, Chine, autant de destinations où Vigan est présent. Plus largement, la conjoncture mondiale pour la Pme wallonne est bonne puisque la démographie est en hausse tout comme les besoins en alimentation de la population mondiale, notamment dans les pays dits « émergents ». Depuis sa création en 1968, Vigan a installé environ 1500 machines dans 80 pays. De quoi envisager l'avenir sereinement. « Pour autant, l'export reste un exercice difficile dans lequel il ne faut pas se disperser ! D'autant

plus que nos machines sont différentes à chaque commande. Nous devons donc nous adapter aux cahiers des charges des donneurs d'ordres même si la finalité reste la même à savoir le déchargement de grains en vrac. Le business de Vigan provient des commandes publiques (appels d'offres) et d'acteurs privés, des industriels qui ont des besoins propres ».

« Nous sommes sur un marché de niche avec peu d'acteurs bien ancrés sur leur marché. Cela ne nous empêche pas d'investir toujours autant dans la recherche et le développement pour proposer des machines sur-mesure à nos clients. Ainsi nous maintenons notre position de leader mondial grâce à l'innovation ». La fiabilité des équipements reste la principale préoccupation pour les clients et la société met par ailleurs un point d'honneur à fournir des machines simple d'utilisation.

Lauréate du Grand Prix à la Grande Exportation en 1993, 1998 et 2010 (organisé par l'AWEX), la société appartient au groupe familial Van de Wiele et a bénéficié de l'accompagnement de l'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements notamment pour la participation à des salons professionnels.

*Jullen Thibert*



## **Allemagne**

Jacques Meessen, AEC à Aix-la-Chapelle

# La première économie européenne à votre porte !

### La chimie, la pharmacie et l'agroalimentaire trio de tête des secteurs porteurs

**1** « L'Allemagne est un marché de première importance pour le commerce extérieur wallon. Il s'agit du second client à l'exportation derrière la France. La chimie, la pharmacie et l'agroalimentaire sont traditionnellement les trois premiers secteurs exportateurs vers le marché allemand. Environ 4 000 firmes belges ont un intérêt pour le marché allemand, environ 500 y exportent. Nous avons 400 dossiers en cours, et accompagnons une quarantaine d'entreprises chaque année directement en Allemagne et une soixantaine depuis la Wallonie ».

### Ne pas sous-estimer la taille du marché allemand, qui représente dix fois le marché belge !

**2** « Beaucoup de distributeurs allemands nous sollicitent pour qu'on leur propose de nouvelles références. Mais les exportateurs doivent s'adapter à la taille du marché allemand qui représente dix fois le marché belge. Lorsqu'un fabricant de biscuits devient fournisseur d'un Lidl ou d'un Edeka, il doit être en capacité de livrer l'ensemble des points de vente du distributeur allemand. Edeka en Allemagne, c'est 9000 magasins ! Il faut anticiper la problématique des volumes et de la logistique, ce que bien souvent les entreprises wallonnes sous-estiment. Une autre difficulté est d'ordre linguistique. Le fournisseur doit avoir du personnel germanophone. Car si la relation commerciale peut se faire en anglais, les contacts opérationnels parleront allemand. Parmi les diffuseurs incitants financiers de l'Awex, le programme EXPLORT permet à l'entreprise de disposer d'un jeune stagiaire pendant trois mois qui peut être coaché par nos équipes et aider ainsi la firme à prendre pied sur le marché ».

### Bien évaluer ses capacités financières et humaines

**3** « Les Wallons ont la réputation d'être débrouillards et flexibles mais les Allemands exigent aussi beaucoup de rationalité dans les échanges. L'acheteur allemand n'aime pas le risque, ni l'incertitude. S'il est satisfait de son fournisseur, il n'en changera pas pour un autre fournisseur, wallon ou étranger, à moins que ce dernier ne lui apporte une nouveauté ou une valeur ajoutée supplémentaire qui n'existe pas sur le marché. Par ailleurs, une fois la relation établie, il faudra gagner la confiance de l'acheteur, qui est primordiale pour le bon déroulement du business ! Avant de se lancer sur le marché allemand, les firmes wallonnes doivent s'auto-évaluer sur leurs savoir-faire et leurs produits, ainsi que sur leurs capacités financière et humaine ».

### Adapter sa communication en allemand de préférence !

**4** « Dans leur approche du marché, les entreprises doivent adapter leurs outils de communication : plaquettes, site web et catalogues doivent être traduits et adaptés en allemand ou en anglais. Nous les aidons sur ces aspects, via l'organisation de séminaires (interculturel, juridique et linguistique) ainsi que sur la recherche de contacts/partenaires, la prise et l'organisation de rendez-vous. Nous proposons un accompagnement personnalisé sur l'ensemble du marché allemand via nos collègues de Munich, Cologne, Hambourg et Berlin ».

Sylvain Etaix



Crédit : Wikipedia - Lidl

## France

David Thonon, AEC à Lyon

# Co-produire et co-exporter avec des Pme françaises

### Un tissu industriel similaire à celui de la Wallonie

**1** « La France est le premier client de la Wallonie. La Belgique est le 4ème client de la France. Le volume des exportations wallonnes a atteint 10 Mds d'euros en 2012, soit le quart des exportations wallonnes. Mais les exportations ont diminué de près de 5% entre 2011 et 2012. En Wallonie, personne ne se réjouit lorsque la France est en récession. Notre intérêt est que la France aille bien. Une part de mon travail est de faire comprendre en Wallonie et en Belgique que la France est un partenaire important et ici en France que la Belgique est un partenaire important. Les secteurs porteurs en France correspondent peu ou prou aux filières wallonnes identifiées par le Plan Marshall et constituées autour des pôles de compétitivité : aéronautique et spatial (Toulouse et Bordeaux), sciences du vivant (Lyon, Montpellier), logistique, mécanique (Rhône-Alpes), agroalimentaire (Sud-Ouest ; Rhône-Alpes) ».

### Les entreprises wallonnes doivent être plus stratégiques, plus professionnelles

**2** « La stratégie de l'efficacité ! Les entreprises doivent bien préparer leur projet pour trouver des partenaires afin d'aller plus vite, plus fort et plus loin. Dans la photonique, dans la domotique, et dans bien d'autres domaines, des Tpe wallonnes peuvent apporter leur expertise aux entreprises françaises. La typologie des entreprises wallonnes exportatrices : des structures de 1 à 5 personnes qui ont une solution ou un produit et qui recherchent des distributeurs en France. J'essaye de les faire switcher de la notion de distributeur à celui de partenaire. Je préconise le passage d'une logique d'exportation vers une logique d'échanges commerciaux, en partenariat avec qui veut. Les entreprises wallonnes doivent être plus efficaces dans leur démarche commerciale et rechercher des partenariats pour coproduire et covendre avec des entreprises françaises afin de mieux exporter sur d'autres marchés dans une démarche commune. Les entreprises des deux pays auraient beaucoup à y gagner ».

### La pression fiscale n'empêche pas le business !

**3** « Français et Wallons parlent la même langue, les Wallons ont l'impression de connaître la France qu'il connaissent souvent comme une destination touristique mais dans le business, les choses ne sont pas aussi simples. Le principal écueil est le manque de persévérance. Par ailleurs, la pression fiscale est importante. C'est une donnée. Mais cela n'empêche pas de faire du business. C'est aussi le cas dans d'autres pays comme la Suède, cela n'empêche pas ces pays d'avoir des entreprises très profitables. Nous essayons de travailler avec les pôles universitaires du Sud de la France, Nice, Montpellier, Toulouse, Bordeaux, les spin off. Nous essayons de monter des actions dans l'aéronautique notamment. Je souhaite non seulement faire rencontrer aux sociétés wallonnes les acheteurs des grands groupes mais aussi tous leurs sous-traitants, les tissus économiques français et wallons ont beaucoup de similitudes, il y a des synergies à trouver ».

### Mûrir son projet, chercher l'efficacité

**4** « Mûrir son projet, réaliser un suivi et chercher l'efficacité ! Rester soi-même, apporter ses qualités de précision, de service, de respect des délais qui caractérisent les wallons. En terme de distribution, ne pas vouloir couvrir toutes les régions à la fois, mais avoir une démarche ciblée et se donner des objectifs sur une ou deux régions. Ne pas donner l'exclusivité à un distributeur. Inspirer la confiance, le business, c'est aussi de la psychologie ! Il faut donner confiance à ses interlocuteurs. Les Français ont une image d'arrogance qui leur colle à la peau. C'est une image d'Epinal. Il faut aller au-delà des préjugés ».

*Sylvain Etaix*

## Société Médicale à l'Exportation (SME) réalise 100% de ses ventes hors Belgique

A partir de plans d'architecture et en accord avec le client, SME peut d'abord préparer la liste de tous les équipements nécessaires au bon fonctionnement d'un hôpital, en général sous forme d'un "room by room", du scanner à la couverture du lit du patient, en passant par les installations de la cuisine et de la buanderie. La société peut aussi et surtout, sur base d'un appel d'offres, offrir tout le matériel médical et hospitalier nécessaire au bon fonctionnement d'un hôpital. « Notre mission peut comprendre la recherche des fournisseurs (fabricants) les plus adéquats, l'achat, la livraison et l'installation des équipements et le montage des installations, la mise en route, la formation des utilisateurs, ainsi que l'assistance technique souhaitée, pendant les premières années de fonctionnement des installations » explique Michel Higuët, **Directeur de la Société Médicale à l'Exportation**, dont la mission est aussi de chercher des financements adéquats. Il détaille : « Notre mission est de rechercher, en accord avec notre Client potentiel, les meilleures solutions de financement d'un projet : dons et prêts d'Etat, financement à longs termes avec bonification d'intérêts, collaboration avec les organismes bancaires internationaux, contact avec les assureurs crédit »...

### Des marchés à St-Domingue et au Honduras

Le chiffre d'affaire de la société est très variable. « Si un projet peut durer 3 ou 4 années, il ne sera source de rentrées financières que, principalement, durant l'année pendant laquelle les équipements sont expédiés. Mais une chose est sûre : notre chiffre d'affaire est de 100 % à l'exportation ! » affirme M. Higuët. Qui revient sur les deux réalisations récentes en République Dominicaine et au Honduras. « Notre 1er marché, d'un montant de 48 millions d'euros, concernait la livraison d'équipements pour le Ministère de la Santé de la République dominicaine : équipement de deux hôpitaux, de dix centres de santé, de cabinets dentaires, d'ambulances, etc. Il s'est exécuté entre 2002 et 2006 ».

« En 2006, nous avons répondu à un appel d'offres du Ministère de la Santé du Honduras, et nous avons pu conclure, fin 2008, notre contrat commercial d'un montant dépassant les 10 millions d'euros pour la rénovation partielle de trois hôpitaux à Tegucigalpa. Au même moment, la Fortis Banque concluait la convention de financement du projet à 100 %. Malheureusement, en raison de problèmes locaux, notre projet n'est entré en vigueur qu'en août 2010. Il s'est terminé au début de cette année, par l'obtention de la réception définitive » explique M. Higuët.

« Pour ce projet, la Sofinex est intervenue dans le cadre de l'émission des garanties bancaires par la BNP Paribas Fortis au bénéfice de notre Client. Le projet a bénéficié des aides fédérales en matière de financement : Finexpo est intervenue dans le cadre d'un prêt de type ODA en prenant à son compte la charge des intérêts ». Actuellement, la société coopère avec la BNP Paribas/Fortis pour la finalisation d'un accord financier avec le Ministère des Finances de la République dominicaine, pour le financement d'un contrat commercial d'un montant de près de 20 millions d'euros conclu avec le Ministère de la Santé, afin de livrer à Saint-Domingue un laboratoire de production et de distribution de matériel radioactif pour la détection et le traitement des cancers.

S.Etaix



Credit : SME

## Traitement des déchets : Ménart présent dans 40 pays

**La société Ménart** est spécialisée dans le traitement des éléments organiques et le compostage. Elle vient de fêter ses 50 ans, fière des 5 générations qui se sont succédé à sa tête. C'est Bérengère Ménart qui dirige cette entreprise actuellement présente dans 40 pays, avec des fabrications soit standard, soit sur-mesure grâce au bureau d'études qui crée les machines en fonction des besoins en traitement des déchets organiques, d'élevage ou d'agro-alimentaire.

La société étant située près de la frontière française, non loin de Lille, les premiers pas à l'export se sont tout naturellement faits sur la France voisine au point même qu'en 1991 une société sœur a été créée en France. « Nous avons remarqué que l'étiquette Made in France était fondamentale et cela nous a permis d'avoir une réputation de constructeur français » commente Bérengère Ménart. « Ensuite, les relations se sont établies sur le Luxembourg, la Suisse, l'Italie, la Grande-Bretagne. Puis, c'est par le hasard des rencontres et des opportunités que nous nous sommes lancés hors Europe, au grand export. D'abord le Québec, à cause de la langue, puis l'Asie ». Il faut bien expliquer qu'en 1980, la France commençait à faire le tri des déchets, alors qu'en Asie, on en était encore aux décharges sauvages. « Dans certains pays, il nous a fallu compter 10 ans entre la prospection initiale et le premier contrat. Heureusement, nous avons pu utiliser l'Awex qui prend en charge une partie des coûts des voyages. Ce qui nous a le plus aidés a été de pouvoir faire subventionner par l'Awex un bureau de représentation locale, à 75% la première année » explique Bérengère Ménart.

### **A l'étranger, les Attachés Économiques et Commerciaux connaissent les milieux d'affaire et les us & coutumes...**

« Nous avons la chance de pouvoir discuter avec les Attachés Économiques et Commerciaux locaux, désignés par l'Awex, qui nous aident à fixer les rendez-vous sur place, à trouver des informations nécessaires pour traiter sur ces pays, à vérifier

la solidité des entreprises locales avec qui nous voulons traiter. Les Attachés connaissent bien les milieux d'affaires locaux, les us et coutumes » décrit B. Ménart qui n'hésite pas à conseiller à tous ceux qui envisagent d'exporter, de ne pas partir seuls. La société Ménart est toujours arrivée à monter des bureaux collectifs à l'étranger avec des entreprises complémentaires. « Sur le grand export, nous avons commencé en Asie par le Vietnam et le Pakistan, puis la Tunisie et le reste du Maghreb : notre représentant va voir des prospects, des villes ou des communautés de communes et aussi toutes les industries agro-alimentaires comme les conserveries de poisson, les usines traitant la canne à sucre, fabriquant l'huile d'olive... Il est évidemment difficile quand on est une Pme de lutter contre des grands groupes comme Veolia par exemple qui privilégient les grandes villes ».

### **« L'export demande un investissement en argent et en temps et surtout une grande volonté »**

Aussi la direction de l'entreprise wallonne a pris un certain nombre de décisions sages, comme par exemple de s'intéresser à des villes excentrées, moins concurrentées. L'autre décision a été de construire des machines faciles d'utilisation et robustes, qui résistent à tous les climats, du froid au Québec à la chaleur poussiéreuse de l'Afrique. Bref, essayer de limiter les pannes en évitant l'électronique et en prévoyant les possibilités locales de se fournir en pièces de rechange. « On propose aussi un suivi agronomique avec notre équipe d'ingénieurs agronomes capables de conseiller aussi bien sur la manière de faire du compost que sur la façon de le commercialiser. L'export demande un investissement en argent et en temps et surtout une grande volonté » reprend Bérengère Ménart qui veut cependant souligner qu'elle apprécie l'aide de l'Awex : « on est pris au sérieux en tant que Pme. En Wallonie, il y a beaucoup de Pme très techniques comme la nôtre. Les dispositifs d'appui de l'Awex sont très simples d'utilisation, on sait rapidement si on peut bénéficier de l'aide substantielle sans laquelle on ne pourrait pas se lancer ».

*Nicole Hoffmeister*

## Chine

Emmanuelle Dienga, AEC à Pékin

### Un marché incontournable mais risqué...

#### En Chine, miser sur les énergies renouvelables, l'«agribusiness», le «healthcare», l'aéronautique et le luxe

**1** « La Chine est un vaste marché. De nombreuses opportunités s'offrent à nos entrepreneurs wallons. Les énergies renouvelables (vertes), « l'Agri-Business & l'agri-technology », le secteur pharmaceutique, le « healthcare », l'aéronautique/spatial et le luxe sont les principaux secteurs. Par exemple, le marché du luxe continue son explosion : la Chine compte près d'un million de milliardaires dont 170.000 à Pékin. L'e-commerce poursuit sa croissance exponentielle (1,1Md d'utilisateurs en 2012). La Chine a une très forte ambition technologique et souhaite acquérir de nouvelles technologies notamment dans le secteur de l'environnement, des énergies renouvelables. La sécurité alimentaire est un thème omniprésent. Il existe d'importantes possibilités de collaboration dans ce domaine. Lait, fromages, viande ou produits « bio » d'importation sont très demandés. . . »

#### En Chine, plus qu'ailleurs, l'importance de trouver LE bon partenaire

**2** « Après avoir réalisé la traditionnelle enquête de marché (définition du couple produit/marché, détermination prix de ventes export, identification des concurrents, organisation des canaux de distribution, compréhension de l'environnement normatif et douanier, établissement d'une protection juridique), . . . la firme wallonne devra surtout identifier le bon partenaire local. De plus, une prospection fréquente, permanente et constante sur le terrain est nécessaire. Il est important de se déplacer régulièrement en missions de prospection (individuelle ou collective) et/ou de participer à des foires et salons ».

#### Savoir s'adapter en permanence aux changements et se montrer flexible

**3** « En Chine, il est important de faire preuve d'adaptabilité et de flexibilité. Tout évolue en permanence : les goûts, les tendances, . . . ce qui peut être déconcertant. La Chine demande beaucoup de patience. Il est crucial d'identifier le « vrai » décideur, celui qui prendra la décision finale. Les relations commerciales se construisent petit à petit. Et selon les cas,

les négociations peuvent parfois paraître longues. La concurrence entre pays européens est importante. Mais, nos Pme wallonnes de par leur taille s'adaptent relativement facilement aux contraintes et aux changements dictés par le marché. Par ailleurs, la protection de la propriété intellectuelle est un impératif en Chine où la copie est une pratique courante ».

#### Développer son Guanxi et ne jamais faire perdre la face à son interlocuteur

**4** « La qualité de la relation personnelle est primordiale. Il faut prendre le temps de développer ses réseaux ou « Guanxi ». Il est important de soigner sa communication : avoir des cartes de visites en abondance, une documentation en chinois, être accompagné d'un traducteur/interprète local que vous aurez préalablement briefé sur vos produits et services. Définir aussi par la suite, une bonne campagne de communication ciblée canaux, en y intégrant la dimension « micro blogging » tel que Weibo. Pour comprendre la culture chinoise, il faut s'intéresser à l'histoire du pays, ses us et coutumes. Apprendre quelques mots en chinois, apprendre à manger épicé et avec des baguettes . . . sont des marques de respect extrêmement bien perçues. Avoir un sens de l'humour bien dosé tout en évitant les comparaisons et sujets délicats. Les petits cadeaux offerts à l'issue d'un entretien important seront les bienvenus. Attention, toutefois à la couleur (le blanc est la couleur du deuil), les horloges, les hiboux, les parapluies sont à proscrire. . . ».

*Sylvain Etaix*

#### Le Welcome Office de Wuhan : un bureau de premier accueil en Chine

Ce Welcome Office géré par le Bureau de l'AWEX Shanghai offre aux entreprises wallonnes la possibilité de prospecter le marché chinois depuis Wuhan. Il correspond à un bureau de premier accueil pour toute entreprise wallonne souhaitant, pour une durée limitée, prospecter un marché sur place.

## Fédération de Russie

Nathalie Stefanovic, AEC à Moscou

# Patience et prudence dans un marché en ouverture progressive

### Les produits européens ont la cote

**1** « La Russie continue à se moderniser. De nombreux projets d'infrastructure sont en cours, projets de construction (logements, centres commerciaux, hôtels) et de modernisation de différentes industries (aéronautique, automobile, santé, ...). A propos des produits agroalimentaires, les Russes s'intéressent aux produits étrangers. Les produits européens ont la réputation d'être de bonne qualité. C'est pourquoi, souvent ils sont aussi plus chers... En plus de l'augmentation du pouvoir d'achat de certains consommateurs russes (dans les grandes villes), on peut constater également une évolution des habitudes de consommation ».

### Une implantation à la carte

**2** « Pour s'ancre durablement sur le marché, il existe différents scénarios. Pour certains types de produits, matériaux de construction par exemple, certaines sociétés ont fait construire une unité de production sur place. Pour d'autres types de produits, les sociétés ont senti la nécessité d'ouvrir un bureau de représentation. Ou ont opté pour un distributeur ».

### Etre flexible mais rigoureux

**3** « Il faut être conscient des différences culturelles entre la Russie et l'Europe. Les distances sont plus grandes qu'en Europe, la météo, le climat est plus rude, surtout en hiver où il peut facilement faire -25. Une tempête de neige peut facilement retarder vos déplacements. La perception des Russes de concepts tels que la confiance (la relation est souvent une relation personnelle), l'autorité (il faut savoir qui décide en dehors de votre interlocuteur), la notion du temps (vous devez être à l'heure à votre rendez-vous, mais la partie russe peut arriver en retard), diffèrent assez de la nôtre. La relation est personnelle. Il ne faut pas hésiter à prendre le temps de bien connaître son partenaire potentiel, car votre succès dépendra aussi de lui.

La Russie fait partie de l'Union douanière (Russie Belarus Kazakhstan) ce qui signifie que progressivement, les formalités pour les trois pays sont en train de s'harmoniser. La Russie fait à présent partie de l'OMC. Soyez flexibles, adaptez-vous car l'imprévu fait partie du quotidien : les aspects opérationnels (barrières tarifaires et non tarifaires, douanes, normes ... coût du transport, manque de ressources financières, contrefaçon, etc...) sont changeants ».

### Communiquez en russe !

**4** « Pour mettre un maximum de chances de son côté : il faut déjà s'y rendre. On ne pilote pas les affaires depuis son fauteuil en Belgique. Envoyer un mailing en anglais donne rarement des résultats. Commencez par visiter la ou les foires de votre secteur surtout à Moscou. Préparez de la documentation en russe, site web (page en russe). Il faut avoir un produit compétitif (les Russes se renseignent). Si le marché russe vous intéresse et que vous y trouvez de réelles opportunités, vous devrez consacrer du temps et effectuer des déplacements. Munissez-vous de patience, prudence et persévérance. L'administration peut être un vrai labyrinthe. L'environnement des affaires peut être très changeant, tenez-vous informé ».

*Nicole Hoffmeister*



Credit: Wikimedia

 **Inde**

Jean-Guy Schattens, AEC à Bombay

## L'Accord de Libre Echange entre l'U.E. et l'Inde offre de nouvelles opportunités

### La R&D est encouragée

**1** « L'Accord signé entre l'UE et l'Inde encourage les échanges de machines, d'équipements, matériaux spéciaux (céramique, métaux, nanotechnologies et composites), ainsi que les produits chimiques, pharmaceutiques et médicaux. Les services de R&D ainsi que les services environnementaux seront encouragés malgré la faiblesse de l'offre indienne. La propriété intellectuelle est un sujet délicat puisque l'Inde rejette les demandes de l'industrie pharmaceutique européenne, qui pourraient porter atteinte à sa production de médicaments génériques. Les domaines de la logistique, de la distribution, des technologies propres et des infrastructures regorgent également d'opportunités ».

### Faire accepter des modèles commerciaux atypiques

**2** « Partenariat : de licence, de promotion, d'achat de services, dans la recherche notamment, ou d'achat de matières. Échange de dirigeants entre Inde et Belgique. Conseils légaux ainsi que sur la fiscalité avec l'aide d'experts ayant une qualification internationale. Passer par un processus d'incubation afin d'administrer, développer et vendre ses produits en Inde. Faire accepter à sa direction des modèles commerciaux atypiques. En cas de désaccord, éviter l'affrontement et surfer en se faisant aider, soit par son partenaire, soit par des avocats qui obtiendront plus facilement et dans le bon ordre, les différentes autorisations. Sans relation, rien n'est possible et tout est beaucoup plus compliqué. Réussir à se faire identifier comme un spécialiste du marché ayant une réelle valeur tout en s'adaptant au niveau de prix très bas produisant localement si nécessaire ».

### La complexité bureaucratique freine le business

**3** « La société impose à l'Indien de remplir un rôle pré-défini sur lequel il sera jugé. Il n'a donc pas la même liberté de parole et d'opinion que dans d'autres cultures. En finale, il conviendra de traiter avec le(s) seul(s) décideur(s). De plus, les notions de qualité et de temps, de standards de travail et de forme de raisonnement sont très différentes

entre l'Inde et la Belgique. Le statut et le rôle de l'Inde dans le monde ont connu des transformations profondes depuis peu. L'Inde offre un marché complexe, difficile à cerner. La globalisation fournit de nombreuses opportunités d'affaires. Mais le succès dépend du degré de compréhension de la sensibilité indienne de faire des affaires. La complexité bureaucratique sur les marchés publics n'est pas à négliger. Les difficultés administratives existent à tous les niveaux. Être sur le terrain, c'est difficile et coûteux pour des PME. Des barrières tarifaires existent principalement sur les produits de luxe et boissons alcoolisées. Diverses barrières non-tarifaires subsistent, notamment en termes de formalités à accomplir, d'échantillons à faire tester ou d'exigences de contenu local ».

### Joint venture : être minoritaire n'est pas forcément un handicap

**4** « Les connections, la connaissance du marché, la définition d'une stratégie, l'utilisation d'un bureau ou de personnel local et l'identification du partenaire permettent de faire gagner du temps. La difficulté est la norme, le pain quotidien de toute ouverture de marché. Celui qui en a la charge doit résoudre les problèmes, s'attendre à l'inattendu. Il en est de même en Inde. Il est impératif de faire le bon choix des expatriés. Leurs qualités seront : patience, persévérance, intuition, ouverture d'esprit, compréhension du partenaire et capacité de survivre à la désillusion, la déception. Il est nécessaire de budgétiser sa première année de prospection. La Pme ne se fera une opinion qu'après 3 ou 4 séjours en Inde. Il faut passer beaucoup de temps sur place, aller à la rencontre des Indiens. Construire une relation durable avec ses partenaires. Entre « l'homme robotisé chinois » et la diversité des « Indes multiples », il ne faut pas vouloir comparer l'Inde et la Chine. Enfin, la question du choix du partenaire est essentielle. Deux options : soit l'entreprise est minoritaire au capital de la "joint venture" elle ne contrôle alors pas la conduite des affaires mais cela lui assure une présence sur le marché, soit elle est majoritaire. Elle laisse alors la gestion de la société à son partenaire indien, mais dans tous les cas elle doit bien veiller à garder le contrôle du volet financier ».

Sylvain Etaix

## **Malaisie**

Eric de Lame, AEC à Kuala Lumpur

# L'implantation idéale pour aborder les pays d'Asean

**« les marchés à suivre : agroalimentaire, NTIC, oil & gaz, mécanique, métallurgie, éco-construction, décoration et transport »**

**1** « On peut repérer des corridors de production spécialisée : l'Ouest, est plutôt dédié à l'informatique et sur la côte Est, c'est le domaine de l'oil & gas qui est le deuxième secteur en importance dans l'économie du pays. Au Sud dans la ville industrielle de Johor Bahrou, sont localisées les entreprises industrielles mécaniques, métallurgiques. Un secteur d'activités prospère est celui de l'éco-construction, des énergies renouvelables, de l'utilisation de la bio-masse. Enfin, les opportunités s'offrent nombreuses dans toute la partie de la construction liée à l'aménagement intérieur et à la décoration. Les Malaisiens mettent beaucoup d'argent dans l'entretien et l'embellissement de leur maison. Autres secteurs à prendre en considération : le transport, l'automobile et le secteur très actif de l'agro-alimentaire ».

**« Installer ses bureaux à Singapour, ses usines en Malaisie »**

**2** « Faut-il s'implanter ou non ? A terme, l'implantation est préférable mais on peut facilement travailler avec un agent, on ne sera pas repoussé si on n'est pas implanté. A savoir : pour répondre à un appel d'offres public, il faut un partenaire malais qui possède au moins 30% du capital. Etant donné la proximité de Singapour, il n'est pas rare qu'une entreprise installe ses bureaux à Singapour et ses unités de production en Malaisie. C'est facile, il n'y a que le pont à traverser ».

**« Il n'y a pas d'accord de libre-échange avec l'Europe »**

**3** « Les Malaisiens sont friands de nourritures différentes, les hommes d'affaires adorent manger. Se mettre autour d'une bonne table est la meilleure façon d'entrer en relations d'affaires. C'est le pays qui offre la plus grande variété de cuisines des mondes musulman et asiatique, utilisant poisson, poulet et



Crédit : D.R.

surtout beaucoup de légumes. D'où l'intérêt pour les entreprises wallonnes des secteurs agro-alimentaires de s'approcher du marché. Pour les Malaisiens, consommer de la nourriture européenne est d'ailleurs un signe d'émancipation sociale. La Malaisie est connue pour sa classe moyenne très minoritaire. Les expatriés ont tendance à mener un train de vie extravagant qui fait hausser les prix. Mais les jeunes ne gagnant pas suffisamment d'argent (entre 800 et 1000 euros), vont chercher du travail en Australie (qui est leur "American dream"). Aussi les entreprises wallonnes doivent s'attendre à un turnover élevé dans les entreprises qu'elles montent sur place. N'oublions pas que les Malaisiens ont construit la Proton, créée par le constructeur malaisien Proton, à l'instigation du gouvernement qui désirait verrouiller le marché automobile national. Il n'y a pas d'accord de libre-échange avec l'Europe. La certification Halal est très rigoureuse bien que l'Islam d'Asie soit considéré comme plus doux que celui du Moyen-Orient ».

**« Privilégier les relations humaines »**

**4** « Les Malaisiens sont tolérants et multiculturels. Ici dans les négociations, il est recommandé de ne pas commencer à parler chiffres sans avoir auparavant échangé sur la famille, l'éducation, sans avoir pris le temps d'avoir une relation humaine. Au cœur de l'Asean, la Malaisie est le pays qui offre la stabilité et où l'anglais est parlé et compris. Aussi quand l'Awex organise des missions de prospection en Malaisie, les entreprises wallonnes en profitent aussi pour prospecter d'autres pays de cette zone ».

Nicole Hoffmeister



Nasser Belalia, AEC à São Paulo

## Les produits à “haute valeur ajoutée” ont la cote

### La pétrochimie en plein essor

**1** « Les Pme wallonnes présentes au Brésil sont actives dans de nombreux secteurs. Le secteur Pétrole/Gaz connaît actuellement un boom notamment en raison de la découverte d'un nouveau gisement pré-salifère. Des compétences dans l'off-shore en grande profondeur sont très recherchées par les autorités brésiliennes notamment les équipements en alliage résistants à la corrosion marine. La santé est l'autre grand secteur porteur au Brésil. A noter que le pays importe 50% de ses équipements médicaux ».

### L'approche régionale préconisée

**2** « Les modes d'implantation peuvent être multiples. Les joint-venture ou le rachat total d'une entreprise locale sont pertinents dans le sens où vous profitez d'un réseau existant. De plus, ce choix permet à l'exportateur wallon de s'affranchir des contraintes administratives encore lourdes pour ce qui concerne la création de société. Le Brésil constitue par ailleurs un vaste marché. Il est donc essentiel de bien choisir sa localisation et pas seulement en fonction des facilités d'implantation proposées par les différents Etats qui mènent de grandes campagnes pour attirer les investisseurs. Attention également à ne pas s'excentrer des grands pôles économiques du pays, la logistique est un des points noirs au Brésil. Finalement : la meilleure stratégie est de s'approcher au plus près de son marché pour bien le maîtriser ».



COURT. D. R.

### Négociateur prend du temps

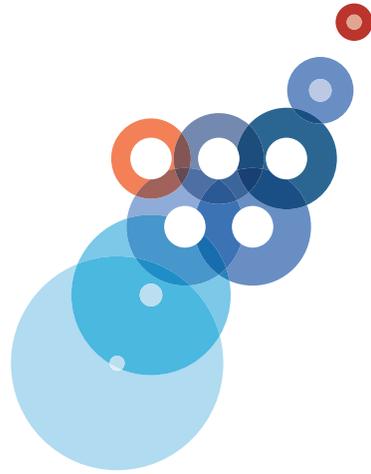
**3** « Les Brésiliens ne savent pas dire non et sont chaleureux dès le premier contact. C'est dans leur nature. L'accueil est de croire que le contrat est en poche. Il ne faut donc pas en rester à cette première impression. Il faut être proactif et ne pas attendre que votre interlocuteur brésilien vous recontacte... Leur notion du temps est toute relative par rapport à la nôtre. Rappelons que les douanes brésiliennes sont parmi les plus compliquées au monde. Il faut garder en tête les multiples taxes qui vont impacter le coût final d'un produit ».

### Partir groupé un gage de réussite

**4** « Je remarque que les Pme restent mal informées sur les difficultés du marché brésilien. Par conséquent elles sont souvent mal préparées pour appréhender le marché. En revanche, l'approche groupée par le biais des pôles de compétitivité est une bonne solution. Ainsi, 5 entreprises de Wagralim (agroalimentaire) ont noué un partenariat avec le groupe BRF (alimentaire). La valeur ajoutée inhérente à ces regroupements est très appréciée au Brésil. Greenwin (chimie durable) vient d'entamer la même démarche ».

Julien Thibert





# Les outils de prospection

# Réussissez votre participation à des salons à l'étranger

Un salon à l'étranger, ça se prépare ! Nous vous proposons une méthodologie en 10 étapes clés, pour réussir votre participation en tant qu'exposant. Définition des objectifs, au choix de la manifestation, jusqu'au suivi des contacts post événement, en passant, bien entendu, par l'élaboration de votre stand et de vos actions marketing. Chaque étape doit être minutieusement préparée et dans le bon timing !

## 1. J-12 mois Le choix du salon

L'offre de manifestations professionnelles à l'étranger est de plus en plus large. Acôté des grands rendez-vous incontournables, elle évolue vers des concepts plus ciblés et plus sectoriels et vers des salons régionaux proches du marché local. Avant même de s'interroger sur le choix de la manifestation, il est nécessaire de se poser les questions suivantes : quel est mon couple produit /marché ? Où vais-je trouver les acteurs/partenaires/prospects qui permettront mon développement à l'international ? Une identification de ces acteurs par un benchmarking des manifestations vous donnera le choix entre deux ou trois évènements incontournables.

L'Awex, l'Uwe, les Chambres de commerce et vos fédérations professionnelles pourront vous renseigner sur les manifestations à ne pas rater. Vous pouvez aussi vous renseigner sur les sites internet spécialisés (cf encadré).

### Choisissez votre salon sur le Web !

Des sites comme [www.auma-messen.de](http://www.auma-messen.de) ou [www.eventseye.com](http://www.eventseye.com) recensent des milliers de grandes manifestations internationales et régionales. Sur chacun de ces sites, trois types de recherche sont possibles : par secteur d'activités, par pays et par mots clefs. En combinant ces trois sources de référence, vous avez toutes les chances de trouver l'événement qui correspond le mieux à votre couple "marché/produit".

*Alors, bonne recherche !*

## 2. J-6 mois L'élaboration du budget

L'AWEX encourage très fortement les Pme wallonnes à participer à des salons internationaux. Les incitants financiers de l'AWEX permettent à l'entreprise d'avoir une présence à moindre coût (cf page suivante). Le coût moyen d'un salon (zone Europe, deux personnes, stand 9 m2 sur une semaine) approche les 10 000 euros.

Pensez à budgéter l'aménagement du stand ainsi que le transport en admission temporaire de votre matériel de démonstration qui peut représenter une partie importante de votre budget global.

## 3. J-6 mois L'élaboration du stand

Durant le salon, votre stand est la carte de visite de l'entreprise. Il est donc nécessaire de définir le ou les messages que vous souhaitez véhiculer durant l'événement.

Mise en avant de l'entreprise, d'un produit particulièrement innovant... Le stand dépendra directement de votre objectif principal.

Dans tous les cas, il doit mettre en avant l'avantage concurrentiel de votre entreprise et... être attractif sachant qu'en moyenne un visiteur a 7 secondes de réflexion pour décider d'entrer ou non sur un stand !

### Stand : ci-dessous les questions à se poser.

1. Stand individuel ou collectif ?
2. Quel type de stand : favorisant le captage de trafic ou favorisant la relation exclusive, stand traditionnel ou stand pré-équipé ?
3. Quel type d'accueil ?
4. Quelles animations ?
5. Comment créer l'événement : quelles animations originales ?
6. Comment installer et décorer mon stand ?
7. Comment récupérer mon matériel d'exposition ?
8. Quand libérer mon stand du matériel d'exposition ?



#### 4. J-6 mois Identifier et "séduire" de nouveaux prospects

C'est sans doute une des étapes les plus décisives, qui conditionnera la réussite de votre participation. Pour réussir un salon, il faut au préalable se faire connaître des principaux acteurs du marché.

Pour cela, l'acquisition de bases de données et de fichiers qualifiés auprès de professionnels de l'information est souvent nécessaire. L'envoi de mailings à des cibles choisies (prospects) et la prise de rendez-vous préalable pour optimiser le coût/contact sur le salon sont essentiels... Tout comme la réalisation des documents de communication : plaquettes et cartes de visite traduites (anglais et/ou langue du pays d'accueil), PLV (totems, drops...) et toutes les animations du stand (accueil, mise en valeur du matériel exposé, éclairage, vidéos...).

#### 5. J-4 mois Pensez à communiquer dans la presse professionnelle

Rien de tel qu'un bon article pour gagner en notoriété ! Un article de presse dans la revue phare de votre secteur et largement diffusée lors du salon sera un plus indéniable.

Pour ce faire, encore une fois, pensez AWEX ! L'Agence propose des incitants pour la réalisation de supports de communication et de la traduction de votre documentation technique et commerciale.

Si vous en avez les moyens, vous pouvez aussi solliciter une agence de communication spécialisée qui pourra réaliser, adapter, traduire vos communiqués et créer vos événements avec la presse internationale. Prévoir toutefois un bon budget !



## 6. J-3 mois N'oubliez pas votre matériel d'exposition !

L'admission temporaire de vos matériels d'exposition est très souvent complexe à gérer dans de nombreux pays. Véritable passeport de vos marchandises, le carnet ATA réunit dans un même document - et à un coût avantageux - l'ensemble des déclarations en douanes nécessaires.

Pour l'obtenir, informez-vous auprès de votre chambre de commerce et d'Industrie qui vous facilitera votre démarche.

## 7. J-3 mois Quel prestataire logistique ?

Le transport de marchandises sur les salons à l'étranger est un métier à part. Il ne faut pas trop compter sur votre transporteur habituel pour ce genre de prestations, mais s'appuyer sur un professionnel qui a un service spécialisé et apte à faire du sur-mesure.

Pour éviter toutes déconvenues (et vous ne les éviterez pas toujours, il faudra souvent composer avec des surprises de dernière minute), vous avez le choix suivant : confier votre marchandise à un prestataire spécialisé salons ou bien au prestataire partenaire de l'événement en question.

Les grands organisateurs ont souvent des partenaires logistiques. Mettez-les en concurrence quoi qu'il arrive !

## 8. J-3 mois Transport, hôtel ... les réservations sont-elles faites ?

A trois mois du Jour J, mon séjour est-il bien préparé ? Dans de nombreuses villes de salons, les capacités hôtelières ne sont pas toujours au rendez-vous !

N'attendez donc pas la dernière minute pour réserver votre chambre d'hôtel et celles de vos collaborateurs. Plus vous réserverez tard, plus vous paierez cher ou risquez de loger loin de la manifestation, et donc de perdre du temps. Idem pour les déplacements (réservation des vols ou des trains). Détail d'importance, assurez-vous que votre passeport et que celui de vos collaborateurs, belges et étrangers, sont bien valides lorsque vous vous déplacez hors UE.

## 9. Jour J Soulagez votre trésorerie : la TVA se récupère à l'étranger aussi

Peu d'entreprises le savent : il est souvent possible de récupérer la TVA sur les factures réglées à l'occasion d'un salon à l'étranger (location de stand, frais de communication, traducteur, frais annexes...).

Avant le salon, ne pas hésiter à se renseigner auprès d'entreprises spécialisées sur le sujet afin de savoir quelles sont les dépenses éligibles. Le jour J, pensez à bien garder toutes vos factures pour demander le remboursement de la TVA.

## 10. Jour J Fin du salon : votre travail n'est pas terminé !

Après le stress et la fatigue, vous avez envie de souffler. Soufflez mais pas trop longtemps, car c'est dans les quelques jours suivant le salon que tout va se jouer ! L'exploitation des contacts générés sur votre stand est une étape décisive qui ne doit pas être négligée. Systématisez vos relances prospects ! De simples contacts qui peuvent paraître sans intérêt aujourd'hui peuvent déboucher sur du chiffre d'affaires dans un avenir plus ou moins proche. Envoyez un petit mot, remerciez vos interlocuteurs et entretenez le contact.

Pour les prospects identifiés comme des clients potentiels, n'hésitez pas à leur envoyer des échantillons de vos produits, de la documentation...

En interne, un bilan du salon avec vos collaborateurs et les services impliqués dans la démarche export sera toujours bénéfique pour évaluer les points positifs et les points à améliorer.

Enfin, n'oubliez pas de diffuser un communiqué de presse sur le bilan de votre participation et prévoyez de retourner rapidement dans le pays dès que les contacts semblent pouvoir se concrétiser.

*Sylvain Etaix*

## Les avantages d'exposer sur un pavillon AWEX à l'étranger des coûts réduits, la force du branding territorial !

### Bénéficiaire du "branding territorial" de la Wallonie à l'étranger

Participer à un pavillon collectif de l'AWEX, c'est bénéficier de l'image (branding territorial) de la Wallonie à l'étranger. C'est aussi la possibilité d'avoir un stand clef en main et même d'être représenté parfois sans déléguer un représentant de son entreprise ! Cette prise en charge soulage les entreprises, notamment les plus petites qui n'ont pas toujours le temps, les ressources humaines, ni les savoir-faire nécessaires à l'organisation d'une participation à un salon étranger.

Seule, une entreprise qui réserve un petit stand n'a souvent d'autre alternative que de prendre l'offre packagée de l'organisateur, c'est-à-dire, un stand classique sans décoration ni prestation particulières.

Sur les pavillons nationaux et régionaux, les entreprises bénéficient, par la force des choses, d'un meilleur emplacement, d'une communication à la fois plus massive (diffusion de communiqués en amont du salon) et plus ciblée (organisation de rendez-vous avec des prospects ciblés, animations de type "networking" : cocktail sur lequel les entreprises peuvent inviter leurs clients, prospects, agents...).

### Un coût de participation réduit jusqu'à 50%

Grâce aux incitants de l'AWEX (Foire Subsidiées, Première participation à un salon Bonus Pme ou Participation à un stand collectif (APE collectivités), les entreprises bénéficient d'une réduction pouvant aller jusqu'à 50% de l'ensemble des frais de participation.

(Cf chapitre Incitants)

S.Etaix

## Les 3 bonnes raisons de participer à un salon

### 1. Recherche, entretien ou développement de relations commerciales

- Trouver des nouveaux partenaires commerciaux : clients directs, agents, distributeurs,...
- Entretenir le contact avec la clientèle
- Trouver de nouveaux fournisseurs
- Développer des relations commerciales avec d'autres entreprises exposantes (françaises, européennes ou autres)

### 2. Une action de communication

- Entretenir son réseau local ou régional de distribution, notamment en épaulant ses agents locaux
- Accroître sa notoriété
- Faire parler de l'entreprise
- Sensibiliser la presse mobilisée pour l'événement

### 3. Une démarche marketing

- Etudier la concurrence locale et étrangère
- Lancer et tester de nouveaux produits

Exposer sur un salon à l'étranger, quel que soit le couple secteur/marché, doit matérialiser votre décision de vous introduire durablement dans le pays ciblé. Votre participation doit être préparée en amont et suivie.



Export-in

Gagnez aujourd'hui les marchés de demain



www.export-in.com

# Réussir sa campagne de marketing direct international

Quelles sont les questions concrètes pour vous accompagner dans la démarche préalable au lancement de votre campagne de marketing ? Il est important de bien fixer les objectifs de votre campagne et de s'assurer que l'ensemble des intervenants dans l'entreprise les partagent. Nous recommandons de bien quantifier ces objectifs et de les mesurer par rapport à un historique réalisé.

## Ajustez votre offre

Est-ce que le projet s'intègre dans la stratégie de l'entreprise ? L'entreprise a-t-elle réellement une stratégie de développement international ? Une vraie volonté d'aller dans les pays concernés ? Y a-t-il des budgets explicitement alloués à l'opération ? Y a-t-il des modifications de structure à apporter, ou faut-il mettre en place une structure spécifique ? Autant de questions préalables qu'il est nécessaire d'avoir validées auprès des décideurs. De la réponse à ces questions dépend la mise en place de toute l'opération. En effet, un test ne nécessitera pas la même allocation de ressources qu'un déploiement stratégique.

## Adaptez votre communication directe

Ce précepte central est à appliquer à chaque nouvelle campagne internationale. En effet, bien des exemples montrent qu'une campagne peut être exportée quasiment à l'identique, à condition de soigner quelques détails caractéristiques et juridiques de chaque culture nationale. Par conséquent, un mailing qui a donné de bons résultats dans un pays a de solides chances d'en donner aussi dans un pays voisin. Il convient néanmoins de particulièrement soigner le texte, qui doit être une transposition et une adaptation, et non pas simplement une traduction.

La conception des supports (documents papiers, emails de prospection, etc.) répondra aux mêmes contraintes que celles des versions françaises. Pen-

sez à apporter un soin tout particulier à la correction des textes : faites appel à un correcteur local et dans la mesure du possible à un traducteur « natif »

## Identifiez votre cible

Une campagne bien ciblée permettra de maximiser vos taux de transformation, d'atteindre des coûts d'acquisition plus compétitifs... De plus, un bon ciblage vous permettra de préserver votre base en ne sollicitant que les individus les plus potentiellement réceptifs à votre message. Mais pour cela avez-vous bien défini à qui l'opération s'adresse ?

## Délimitez les pays

### Deux approches sont généralement envisagées :

- Le test sur un pays  
Le choix de votre pays cible pourra être déterminé soit par un point commun en termes de langue (pays francophone par exemple), soit au contraire par un aspect purement géographique (pays frontalier) pour mesurer la performance de votre campagne.
- La généralisation multi-pays  
Cela implique que vous ayez au préalable réalisé avec succès un test sur un ou deux autres pays de votre zone cible. Sachez aussi vous limiter dans le nombre de pays couverts. Tout va dépendre de la perception de votre produit sur le marché concerné. En termes de budget, il est toujours moins onéreux de commencer par un pays souvent frontalier. Cela n'est pas aussi

marqué en email marketing, notamment parce que le coût du routage reste identique quel que soit le pays touché.

### Déterminez les canaux de communication

#### Campagne multicanal ou monocanal ?

Les stratégies multicanal démontrent leur efficacité. Néanmoins, les performances des combinaisons entre les canaux dépendent fortement du type d'industrie dans lequel vous opérez et surtout du taux d'équipement et d'utilisation d'Internet dans le pays cible pour le canal électronique.

Par exemple, en Suède, les campagnes d'emailing sont fortement utilisées, seules ou en complément de campagnes courrier, ce qui est peu le cas en Bulgarie ou en Grèce à ce jour.

Dans le cadre d'une campagne internationale, nous vous recommandons de vous limiter à deux canaux pour des raisons de simplicité de mise en œuvre. Les mailings courrier avec rappel par courrier électronique ou par téléphone étant les plus plébiscités.

Si vous envisagez des campagnes multicanal, sachez que leur gestion, leur mise en place et l'analyse de leurs retours peuvent s'avérer des tâches très lourdes et contraignantes, mais toutefois indispensables au succès de votre campagne.

Informez-vous sur les outils de management des campagnes multicanal qui pourraient faciliter et garantir un meilleur succès à vos campagnes.

#### Testez la complémentarité du off et du on-line

Par exemple, envoyez un mailing adressé et faites une relance par courrier électronique. Ou envoyez une campagne d'emails et relancez par téléphone les prospects ou clients ayant été réceptifs à votre message, c'est-à-dire ayant cliqué, sans pour autant avoir nécessairement acheté, téléphoné ou s'être simplement manifestés...

En vente à distance, insérez des codes promotionnels dans vos courriers électroniques pour des commandes réalisées à partir de supports papiers ou en



magasins; cela permettra de tracer l'origine du canal. De très nombreuses combinaisons sont imaginables et, dans ce domaine, tout reste à inventer.

Bien que les spécialistes de vente à distance aient acquis une certaine avance sur le multicanal, ils ont depuis longtemps adopté le couple catalogue/téléphone : le marketing électronique a manifestement dynamisé l'approche générale.

#### Mais ce qui est vrai en Allemagne l'est-il au Canada, en Chine ou en France ?

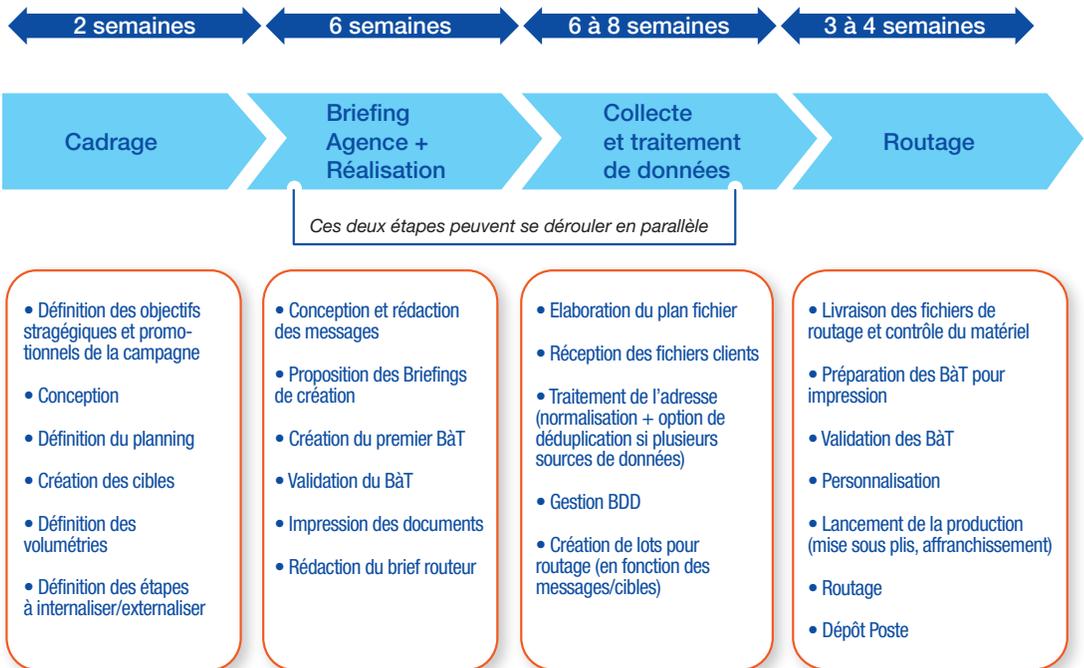
Rien n'est moins sûr, car apparemment cela dépendrait autant du type d'activité que du pays. Ici comme ailleurs, le maître mot reste donc de tester différentes combinaisons dans votre domaine d'activité.

#### Envisagez la récurrence de vos campagnes

À l'exception de quelques opérations spécifiques telles que des grandes campagnes promotionnelles ou de déstockage, une campagne internationale de marketing direct s'inscrit dans une stratégie de communication à moyen et à long terme...

#### Prévoyez un rétroplanning réaliste

Voici le rétroplanning détaillé d'une opération internationale en marketing off-line (publipostage). Par expérience, il est nécessaire de compter 5 mois pour réaliser une campagne internationale. Bien sûr, lorsque l'on est bien rodé, ce timing peut être limité à deux mois, la période de test n'étant pas incluse dans ce décompte (*voir tableau page suivante*).



## ••• Validez les contraintes juridiques

Malgré l'unification souhaitée à Bruxelles par la mise en place de directives européennes, les pays de l'Union ont conservé une grande latitude dans la transposition en droit national de ces directives, qui ne constituent qu'un minimum commun. Les lois de transposition dans chaque pays peuvent donc différer sur certains points. Leur application locale, en fonction notamment des forces de lobbying en présence, peuvent conduire à d'importantes différences.

C'est pourquoi le fait de vous adresser à un pays proche ne vous dispense aucunement, bien au contraire, de vous interroger sur les règles à respecter dans ce pays.

### Intégration des contraintes juridiques

Vérifiez que la mécanique de votre offre et le mode de paiement ne s'opposent pas aux législations locales :

- La législation sur les pratiques commerciales varie encore aujourd'hui d'un pays à l'autre; par exemple, tolérance ou interdiction des loteries, règles sur les concours, législation sur les rabais, législation sur la promotion des ventes (cadeaux, primes, offres liées etc.), publicité comparative...

- La réglementation et les usages de la vente à distance et du commerce électronique sont également généralement spécifiques à chaque pays, notamment en ce qui concerne les modes de paiement.

- La protection de la vie privée et des données à caractère personnel est légalement encadrée. Tout traitement de données à caractère personnel doit être déclaré ou autorisé, ainsi que toute modification du traitement.

De plus, le contexte juridique évolue très rapidement ces derniers temps, et chaque communication comporte ses propres spécificités. Il est donc indispensable de valider avant chaque campagne avec un juriste ou un avocat, qu'il s'agisse d'un expert local ou d'un expert en droit international, ce qui est ou non autorisé dans chaque pays ciblé.

*Gérard Clerquin, Président Commission Internationale SNCD*

1 semaine

Restitution  
des résultats

- Gestion des retours : Plis non distribués (PND)
- Fulfilment : Service proposé une fois les envois de courrier réalisés
- ouverture d'une boîte postale locale ou centralisée (option)
- Intégration des résultats
- Gestion des anomalies
- Reporting

Rétroplanning détaillé d'une opération internationale en marketing off-line (publipostage)

LES MAGAZINES  
ET GUIDES

LA LETTRE  
INTERNATIONALE

LES SALONS

L'ASSISTANCE

LES FORMATIONS

L'INGÉNIERIE  
FINANCIÈRE

[www.classe-export.com](http://www.classe-export.com)

Les formations  
**CLASSE  
EXPORT**  
LE FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL

## 4 thématiques de formations

■ Douane    ■ Fiscalité Paiement    ■ Transport    ■ Interculturel



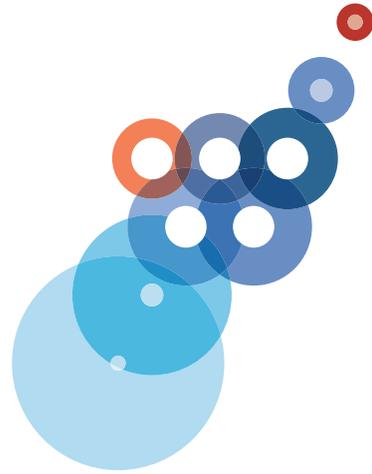
Pour répondre à vos besoins de formations à l'international nous nous appuyons sur l'expertise de spécialistes techniques reconnus.



Catalogue sur demande

Contact : [jngarcin@classe-export.com](mailto:jngarcin@classe-export.com)





# Incitants financiers

# Les incitants financier de l'AWEX

Afin d'aider les entreprises wallonnes dans leur développement international, l'AWEX propose une quarantaine d'Incitants financiers, synthétisés dans le tableau ci-dessous. Ainsi, il existe des aides financières ou des services pour chacune des étapes du développement export. Dans ce chapitre nous présentons 14 dispositifs. Cinq entreprises utilisatrices témoignent.

AIDES FINANCIÈRES	SERVICES NON FINANCIERS
<b>S'INFORMER</b>	
	Base de données d'experts
	Business Days
	Centre de documentation
	Les services des Secrétariats d'Intendance à l'Exportation (SIE)
	Séminaires «marchés»
<b>ELABORER SA STRATÉGIE À L'EXPORT</b>	
Chèques coaching	Base de données d'experts
Expert en Stratégie à l'Exportation (ESE)	
Spécialiste en Commerce extérieur (SCE)	
Spécialiste en Design (SDE)	
WebExport	
<b>ENGAGER ET FORMER SON PERSONNEL</b>	
Immersion linguistiques	Allemand, anglais et néerlandais - formations accélérées
	Coaching en communication
<b>RÉUSSIR SA COMMUNICATION</b>	
Aide aux fédérations, clusters et groupements professionnels	Allemand, anglais et néerlandais - formations accélérées
Immersion linguistiques	Coaching en communication
Réalisation de supports de communication (Cartes de visite d'entreprises)	
Traduction de documents techniques et commerciaux	
WebExport	
<b>PROSPECTER (VOYAGES, ÉTUDES, MISSIONS)</b>	
Aide aux fédérations, clusters et groupements professionnels	Business Days
Antennes logistiques	Enquêtes de marché et listes d'adresses
Incubateur - Hong Kong	Incubateur à Texas A&M - College Station
Incubateur – Inno Centre à Montréal	Préparer un voyage de prospection dans l'UE
Incubateur – Sciences du vivant	Stagiaire EXPLORE
Incubateur – TIC	Welcome Offices Export
Incubateur à Colombo (Sri Lanka)	
Incubateur Rangoon	
Incubateurs Implantés®	
Invitation d'acheteurs à des salons internationaux en Belgique	
Mission ou journée de contact organisée pas l'AWEX hors UE (APE)	
Réalisation d'études de (pré-)faisabilité de projets (APE)	
Toolbox Partenariat Brésil	
Voyages d'étude (de prospection) (APE)	

## à la loupe

<b>PARTICIPER À UNE FOIRE, UN SALON OU UN CONGRÈS DANS L'UE</b>	
Aide aux fédérations, clusters et groupements professionnels	
Participation à un salon à l'étranger à titre individuel (Foires subsidiées)	
Participation à un salon à titre individuel ou à un congrès – 1ère participation (Bonus PME)	
<b>PARTICIPER À UNE FOIRE, UN SALON OU UN CONGRÈS HORS UE</b>	
Participation à un salon à l'étranger à titre individuel (Foires subsidiées)	
Participation à un salon à titre individuel ou à un congrès – 1ère participation (Bonus PME)	
Participation à un salon hors UE sur le stand collectif de l'Awex (APE collectivités)	
Participation à un salon ou à un congrès hors UE à titre individuel (APE individuel)	
<b>OUVRIR UN BUREAU COMMERCIAL</b>	
Aide aux fédérations, clusters et groupements professionnels	
Ouvrir un bureau à l'étranger - Initiative collective	
Ouvrir un bureau à l'étranger - Initiative individuelle (APE)	
Ouvrir un bureau à l'étranger – Portage des PME	
<b>FORMER SES CLIENTS</b>	
Formation de clients à des biens d'équipement ou des services d'origine wallonne	
Sensibilisation d'acheteurs potentiels étrangers à des biens d'équipement et de services d'origine wallonne	
<b>NOUER DES PARTENARIATS</b>	
Armenwal - Partenariats Wallonie-Arménie	Support en économie musulmane: finance islamique et marché halal
Chèques coaching	
Coopération économique Wallonie-Québec	
Partenariat économique international	
Partenariats technologiques	
<b>GARANTIR, FINANCER ET ASSURER SES EXPORTATIONS</b>	
Accords avec la SBI	
Les garanties	
Les interventions directes	
Ligne «Fonds Pays émergents»	
Trust Fund BAD	
Trust Fund BERD	
Trust Fund SFI Afrique	
Trust Fund SFI Brésil	
Un environnement pour l'Europe	
<b>INVESTIR À L'ÉTRANGER</b>	
Accords avec la SBI	
Les garanties	
Les interventions directes	

# Élaborer sa stratégie

## Expertise en Stratégie à l'exportation (ESE )

### Description

L'aide consiste à soutenir les micro-entreprises wallonnes par la mise à disposition d'un Expert en Commerce extérieur.

Dans quels cas ? La mise au point d'un **plan stratégique à l'exportation** ou dans la résolution d'un **problème spécifique à l'export** : interventions de conseil et d'accompagnement sur des aspects ponctuels liés à l'exportation (rédaction de contrat, protection de la propriété intellectuelle, webmarketing, etc.) et à l'internationalisation (partenariat).

Cet expert, actif à l'international, accepte de mettre quelques heures de son temps à la disposition de petites entreprises qui se lancent dans le challenge de l'exportation.

Pilotes de ce soutien financier d'une très grande flexibilité pour les TPE et gestionnaires du fichier ressource, les **Centres régionaux de l'AWEX** pourront dépêcher en quelques jours dans votre entreprise un membre de leur réseau d'experts spécialisés. Cette procédure peut être totalement effectuée en moins de 10 jours.

**Consultance** audit gratuit de 1 à 3 jours.

## Expertise en Design (SDE)

### Description

Les PME wallonnes qui souhaitent faire appel à un designer externe en vue de réaliser l'adaptation du design de leurs produits ou de l'image de leur entreprise dans le cadre d'une stratégie à l'exportation peuvent faire appel aux Spécialistes en Design agréés par l'AWEX.

Cet incitant favorise la mise à disposition de spécialistes extérieurs, susceptibles d'apporter leurs services aux entreprises wallonnes d'intégrer le design à leur stratégie à l'exportation (packaging, image de marque, ergonomie, etc.).

### Bénéficiaires

Toute PME établie en Région wallonne.

Pour la définition de la PME au sens européen du terme. Voir sur le site [www.awex.be](http://www.awex.be)

### Modalités de l'intervention

Durée : Mission générale de 30 jours maximum ouvrables avec un délai d'exécution de 12 mois. Possibilité de deux prolongations de 30 jours maximum ouvrables chacune.

**Subside** : Un subside est alloué pour le remboursement partiel des honoraires payés à l'expert par l'entreprise. L'intervention est plafonnée à 750 EUR/jour HTVA par journée d'expertise et dégressive par palier:

Du 1er au 30ème jour à 75 %

Du 31ème au 60ème jour à 50 %

Du 61ème au 90ème jour à 25 %.

### Expertise en Commerce extérieur (SCE )

#### Description

L'AWEX souhaite encourager l'effort de prospection et de développement de marchés à l'exportation en permettant à des petites et moyennes entreprises (PME) n'ayant pas de structure d'exportation opérationnelle de s'entourer d'avis d'experts.

Cet incitatif existe pour favoriser la mise à disposition de spécialistes extérieurs agréés par l'AWEX, susceptibles d'apporter leur expertise aux entreprises wallonnes.

#### Deux types d'intervention

**Mission générale :** Les missions d'expertise visent l'établissement d'un bilan export, la mise en place ou la restructuration d'un service export ainsi que l'acquisition des techniques du commerce extérieur. Ces missions peuvent être suivies de la réalisation d'études de marché générales, de prospections, de mises en marché selon des objectifs ciblés, d'un accompagnement ou d'une représentation par délégation sur le terrain à l'occasion de missions ou de foires.

**Intérim management :** Les missions d'intérim management visent la mise à disposition au sein des entreprises d'un expert agréé pour la prise en charge totale de la démarche exportatrice de l'entreprise et/ou la mise en œuvre de projets spécifiques à l'exportation.

#### Durée

**Mission générale :** 30 jours maximum ouvrables, avec un délai d'exécution de 12 mois, et la possibilité de deux prolongations de 30 jours maximum ouvrables chacune.

**Pour les missions de webmarketing :** 15 jours maximum ouvrables (sans possibilité de prolongation).

**Intérim management :** 3 mois calendrier consécutifs maximum (seuls les jours ouvrables sont pris en considération). Le délai d'exécution de la mission est de 6 mois à dater de la décision.



# Réussir sa communication

## Coaching en communication

### Description

Dans sa mission d'accompagnement des exportateurs, l'AWEX propose diverses formations, visant toutes à répondre aux besoins de développement de compétences et de professionnalisation des entreprises.

Comment créer une stratégie professionnelle et éviter de se disperser ? Comment rafraîchir son image ? Prendre ou non de la pub dans un magazine ou sur le web ? Que préparer si un journaliste souhaite vous interviewer ? Comment convaincre les prospects ?

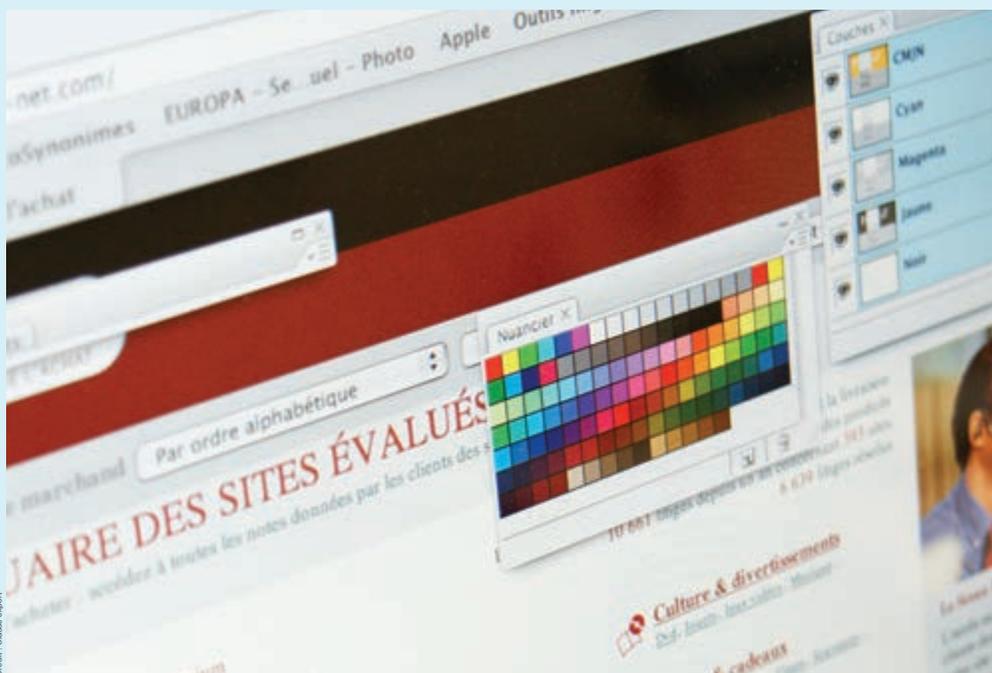
**En collaboration avec le Centre wallon de la Qualité (CEQUAL), l'AWEX aide les TPE & PME à optimiser leur communication afin de mieux s'exporter.**

Pour professionnaliser votre communication, le CEQUAL propose un cycle de formation personnalisé. Des spécialistes répondront à toutes vos questions, en vous proposant des outils adaptés aux besoins de votre entreprise.

### Une formation de 32 heures de cours, réparties en deux volets :

- une formation collective de 12 heures réparties sur un vendredi après-midi et un samedi ;
- un coaching individuel de 20 heures





Credit : Classe export

### Réalisation de supports de communication (CVE)

#### Description

Cet incitatif permet de couvrir partiellement les coûts de réalisation de supports promotionnels de qualité professionnelle destinés à la prospection de marchés à l'exportation.

#### Quels sont les supports de promotion éligibles ?

- une brochure (triptyques, folders, fardes, fiches, catalogues, ...)
- un site Web
- un CD-ROM
- une vidéo (cassette ou DVD)
- une insertion dans les revues professionnelles papier périodiques publiées à l'étranger

Plusieurs demandes peuvent être introduites parmi ces différents supports.  
Tous les cumuls sont autorisés dans les limites des plafonds autorisés.

#### Bénéficiaires

Pour toute entreprise établie en Région wallonne, à l'exclusion des sociétés de pure commercialisation.

# Prospecter à l'étranger

## Mission ou journée de contact organisée par l'AWEX hors UE (APE)

### Description

Cet incitatif permet de couvrir partiellement des frais relatifs à la participation d'une entreprise wallonne à une mission de l'AWEX sur un marché nouveau (voir la définition dans les Conditions d'octroi) en dehors de l'Union européenne. Cette participation à la mission de l'AWEX peut, selon les cas, s'inscrire dans un projet plus général de mission d'étude de marchés.

### Bénéficiaires

Toute entreprise établie en Région wallonne.

### Modalités de l'intervention

50 % dans les frais de voyage A/R (au départ de la Belgique) et de séjour (pris en compte sous forme de forfait) de maximum deux délégués justifiant de compétences spécifiques.

Cette mission est comptabilisée parmi les **3 voyages d'étude de marché admissibles pour une entreprise** (cf. *Voyage individuel de prospection*).

Attention, les frais d'inscription à la mission de l'AWEX ne sont pas couverts car l'intervention de l'AWEX a déjà été déduite des coûts généraux lors du calcul du montant de ces frais d'inscription. Ce taux est ramené à 25 % si l'entreprise demanderesse est : un trader ou un intermédiaire ou un fabricant (ou un prestataire de services) dont la production n'a pas un caractère wallon prépondérant. Possibilité d'acompte à partir de la notification de la décision d'octroi.

### Conditions de l'intervention

Introduction du dossier au minimum 10 jours ouvrables avant le début de l'action visée.



Credit: DigitalVision



Credit : Mousse D'investissement / Timmerman & Partner

# Participer à des foires ou salons à l'étranger

## Participation à un salon à l'étranger à titre individuel (Foires subsidiées)

### Description

Cet incitatif permet de couvrir partiellement les frais de location d'une surface de stand, lors de participations individuelles d'entreprises (hors collectivités), en leur nom propre, à des foires et salons internationaux à caractère professionnel, à l'étranger.

### Bénéficiaires

Toute entreprise établie en Région wallonne (à l'exclusion des sociétés de pure commercialisation). Pour la définition de la PME au sens européen du terme. Voir sur le site [www.awex.be](http://www.awex.be)

### Modalités de l'intervention

Cette aide prévoit l'octroi de subsides de la surface d'exposition uniquement :

**Surface éligible :** 6 à 50 m<sup>2</sup>

Budget plafonné à 400 €/m<sup>2</sup>

50 % des coûts de location des m<sup>2</sup>, nus ou aménagés, tels que facturés par l'organisateur de la foire ou du salon

Possibilité de versement automatique d'un acompte avant le début de la foire si la demande est introduite au minimum 3 mois avant le début de l'événement.

### Conditions de l'intervention

Introduction du dossier au minimum 1 mois avant le début de la manifestation.

## Participation à un salon à titre individuel ou à un congrès – 1ère participation (Bonus PME)

### Description

Lorsqu'une PME participe pour la première fois à titre individuel (hors collectivités) à une foire, une exposition ou un salon à l'étranger, l'AWEX prévoit de couvrir partiellement ses frais de location, d'aménagement et de gestion du stand, ainsi que les frais de voyage et séjour d'un délégué.

### Bénéficiaires

Toute PME établie en Région wallonne (à l'exclusion des sociétés de pure commercialisation). Pour la définition de la PME au sens européen du terme. Voir sur le site [www.awex.be](http://www.awex.be)

### Modalités de l'intervention

Cette aide prend en charge 50 % maximum des frais de : location, aménagement et gestion du stand (en ce compris la possibilité de recourir à une hôtesse-interprète).

Surface éligible de 6 à 50 m<sup>2</sup> voyage et séjour - pris en compte sous forme d'un forfait - d'un délégué envoyé sur place au départ de la Belgique, pour gérer le stand pendant toute la durée de la foire.

Possibilité de versement automatique d'un acompte de 50 % de l'intervention prévue pour le déplacement du délégué (forfait) et les frais de location du stand avant le début de la foire si la demande est introduite au minimum 3 mois avant le début de l'événement.

Cet incitant n'est pas soumis au règlement européen de minimis.

### Conditions de l'intervention

Les PME doivent introduire un dossier minimum un mois avant le début de la manifestation, appuyé de la copie du document de réservation ou de location de l'espace et du budget des autres frais éligibles, de manière à calculer le montant de la promesse d'intervention.



### Participation à un salon hors UE sur le stand collectif de l'Awex (APE collectivités)

#### Description

Cet incitatif de l'AWEX permet de couvrir partiellement des frais relatifs à la participation de toute entreprise wallonne à une foire ou un salon en dehors de l'Union européenne, au sein du stand collectif organisé par l'AWEX.

Il doit s'agir d'une participation à une collectivité AWEX dans un pays qui constitue un marché nouveau pour l'entreprise au sens des critères de définition d'un nouveau marché (voir Conditions d'octroi). Cette participation à une collectivité peut s'inscrire, selon le projet de l'entreprise, dans un programme de mission d'étude de marchés plus large.

#### Bénéficiaires

Toute entreprise établie en région wallonne (à l'exclusion des sociétés de pure commercialisation).

#### Modalités de l'intervention

L'AWEX met à votre disposition un espace aménagé gratuit sur le stand de la collectivité. Surface de  $\pm 6 \text{ m}^2$

Possibilité d'une extension de cette surface aux frais de l'entreprise.

Droits d'inscription de 500 euros pour les sociétés de moins de 20 personnes et de 1 000 euros pour les autres entreprises.

#### L'incitatif prévoit en outre de prendre en charge 50 % des frais suivants :

voyage A/R (au départ de la Belgique) et séjour (pris en compte sous forme d'un forfait) de 1 à 2 délégués maximum justifiant de compétences spécifiques pour la participation au salon. location et aménagement d'une surface supplémentaire à la gratuité d'espace offerte par l'AWEX, prestations d'hôtesse-interprètes, envoi de matériel d'exposition (avec retour obligatoire en Wallonie). Ces trois dernières catégories de frais ne sont admises que si le dossier comprend les frais de voyage et de séjour du (des) délégué(s) (maximum 2) actif(s) sur le stand de l'entreprise. possibilité d'acompte pour la dégustation, la démonstration ou la mise à l'essai d'équipements sur le salon.

#### Conditions de l'intervention

Pour la mise à disposition de la surface sur le stand collectif: inscription en bonne et due forme selon le règlement établi par le service organisateur de l'AWEX.

Pour l'intervention dans les frais : introduction de la demande spécifique de subside auprès de la Direction des Incitatifs financiers de préférence lors de l'inscription ferme et définitive à la collectivité et en tout cas au plus tard 10 jours avant le début de la manifestation.



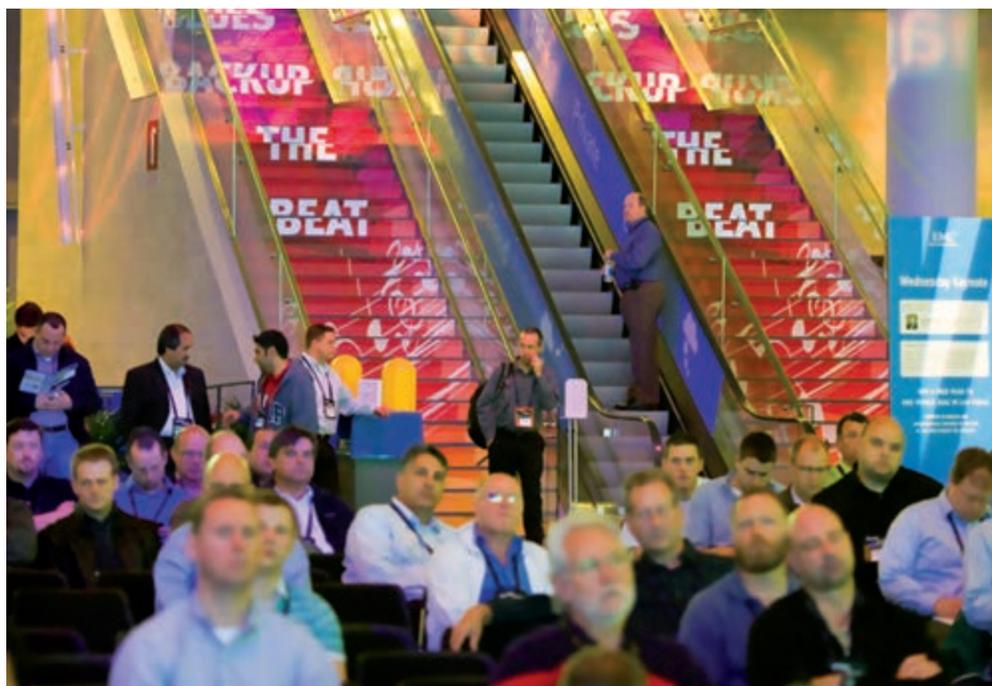
**PLUS** que de l'Export!

**YUCANGO**  
Graphic design & Export challenges

Pour vous, nos experts agréés AWEX:

1. analysent et prospectent les grands marchés à l'export,\*
2. créent ou renforcent votre identité visuelle,
3. créent des emballages qui répondent à la demande,
4. rendent votre réseau commercial plus efficace.

\*forte présence en Asie - Pacifique [www.yucango.eu](http://www.yucango.eu)



## Participation à un salon ou à un congrès hors UE à titre individuel (APE individuel)

### Description

Cet incitatif permet de couvrir partiellement l'ensemble des frais relatifs à la participation à titre individuel et en dehors d'un stand collectif organisé par l'AWEX, d'une entreprise wallonne à une foire ou un salon se déroulant sur un marché nouveau (voir la définition dans les Conditions d'octroi) pour elle hors Union européenne.

Cette participation à une foire ou un salon peut s'inscrire, selon les projets de l'entreprise wallonne, dans un programme de mission d'étude de marchés plus large.

### Modalités de l'intervention

Possibilité d'octroi d'un subside couvrant 50 % des frais suivants : voyage A/R (au départ de la Belgique) et séjour (pris en compte sous forme d'un forfait) de 1 à 2 délégués maximum justifiant de compétences spécifiques pour la participation au salon budget complémentaire pour la participation à une foire ou un salon, la dégustation, la démonstration ou la mise à l'essai d'équipements sur le salon.

Ce taux est ramené à 25 % si l'entreprise demanderesse est :

- un trader ou
- un intermédiaire ou
- un fabricant (ou un prestataire de services) dont la production n'a pas un caractère wallon prépondérant.

Possibilité d'acompte à partir de la notification de la décision d'octroi (50 % du subside prévu).

### Conditions de l'intervention

Introduction de la demande au minimum 10 jours ouvrables avant le début de l'action visée.

# Ouvrir un bureau commercial à l'étranger

## Aide aux fédérations, clusters et groupements professionnels

### Description

Outre les aides financières accordées individuellement aux entreprises wallonnes, l'AWEX les soutient également au travers du financement partiel des activités de promotion internationale rassemblées dans le programme d'actions annuel des fédérations wallonnes, clusters ou groupements wallons à l'étranger.

L'AWEX intervient également pour l'accueil d'invités étrangers en Région wallonne.

### Bénéficiaires

Fédérations, groupements professionnels, associations reconnues relevant des industries traditionnelles, des secteurs agricoles (élevage, horticulture, arboriculture), du tourisme et des industries et activités culturelles.

### Modalités de l'intervention

Intervention à 50 % du budget annuel établi par la fédération, le cluster ou le groupement, sur base des modalités des aides financières s'appliquant aux entreprises wallonnes. L'intervention est octroyée uniquement pour la seule quote-part représentée par ces membres wallons.

### Conditions de l'intervention

Introduction du programme d'actions annuel de préférence avant la fin du premier trimestre de l'année de réalisation de ce programme ou au minimum 1 mois avant la première action.



Credit: Pressphoto



Credit : Couraenghust

## Ouvrir un bureau à l'étranger - Initiative collective

### Description

Cet incitatif permet à trois partenaires wallons de couvrir partiellement les frais de fonctionnement d'un bureau collectif de représentation en dehors de l'Union européenne.

### Bénéficiaires

Toute PME établie en Région wallonne (associée à deux autres PME wallonnes partenaires). Pour la définition de la PME au sens européen du terme. Voir sur le site [www.awex.be](http://www.awex.be)

### Modalités de l'intervention

L'AWEX octroie un subside de 70 % maximum du montant annuel des coûts de fonctionnement pendant une première période de 12 mois (éventuellement renouvelable pour une seconde période de 12 mois à 70 % également) :

- traitement et frais de mission du responsable du bureau
- rémunération du personnel local (secrétaire ou adjoint(e))
- loyer du bureau
- charges locatives
- location de mobilier et d'équipements
- fournitures (papeterie, télécommunications, etc.)
- assistance juridique

Possibilité d'un acompte à partir de la notification de la décision d'octroi (50 % du subside prévu).

### Conditions de l'intervention

Le dossier doit être introduit un mois avant l'ouverture du bureau collectif de représentation.

### Ouvrir un bureau à l'étranger - Initiative individuelle (APE)

#### Description

Cet incitatif permet de couvrir partiellement les frais de fonctionnement d'un bureau de représentation en dehors de l'Union européenne.

#### Bénéficiaires

Toute entreprise établie en Région wallonne.

#### Modalités de l'intervention

Lors de la première année (12 mois consécutifs), l'AWEX octroie un subside couvrant 50 % des frais suivants :

- frais d'établissement du bureau (participation au capital et coûts d'investissement exclus)
- frais de fonctionnement du bureau
- frais de voyages et de séjour par mission d'étude dans le(s) pays ciblé(s)
- traitement et frais de mission du titulaire du bureau
- frais liés à la concertation entre la maison-mère et son bureau

Lors de la seconde année, 40 % des mêmes frais sont couverts sur base d'une nouvelle demande motivée.

Ces taux sont respectivement ramenés à 25 % et 20 % si l'entreprise demanderesse est un trader, un intermédiaire ou un fabricant (ou un prestataire de services) dont la production n'a pas un caractère wallon prépondérant.

Possibilité d'acompte à partir de la notification de la décision d'octroi.

#### Conditions de l'intervention

Introduction du dossier au minimum 10 jours avant le début du projet.



Credit : www.MyWallon.net



Credit : PhotoDisc

## Ouvrir un bureau à l'étranger – Portage des PME

### Description

Cet incitatif permet de couvrir partiellement les frais liés à l'implantation d'entreprises wallonnes en dehors de l'Union européenne au sein d'installations mises à leur disposition par d'autres entreprises wallonnes déjà présentes sur place (principe du portage).

### Bénéficiaires

Toute PME établie en Région wallonne.

Pour la définition de la PME au sens européen du terme. Voir sur le site [www.awex.be](http://www.awex.be)

### Modalités de l'intervention

L'AWEX octroie un subside de 70 % maximum du coût des services facturés à la PME par l'hôte wallon à l'étranger dans :

- les frais de mise à disposition du personnel ou de locaux de l'implantation
- les frais de communication
- les frais de location de voiture pour les déplacements interurbains.

### Conditions de l'intervention

Introduction du dossier au minimum 1 mois avant le démarrage du projet.



## La présence aux salons internationaux est une obligation

Spécialisée dans création de jouets pour les 0-4 ans, la société **Lilliputiens** a bénéficié de nombreux incitants financiers de l'AWEX dans le cadre de la participation à de nombreux salons internationaux. « Notre présence sur de telles manifestations est indispensable pour le développement de notre entreprise » témoigne Alexandre Gee- raerts, responsable RH de Lilliputiens.

Depuis 1996, date de sa création, la Pme wal- lonne de 25 personnes (12 M€ CA) connaît une croissance soutenue de son activité. Pré- sente à l'international, notamment en Europe mais également en Asie, à travers un réseau de distributeurs -de grandes en- seignes comme Amazon et Avenue des Jeux ou des magasins indépendants- Lilliputiens évolue dans un secteur en perpétuel renou- vellement dans lequel la création et les col- lections saisonnières rythment son activité . « Nous démarchons l'AWEX très régu- lièrement dans le cadre de nos nom- breuses participations aux grands salons de notre profession à Paris, Cologne ou Nuremberg. Nous devons être absolument pré- sents sur ces grands évènements pour représenter d'abord notre marque, revoir nos distributeurs et rencontrer de potentiels partenaires. C'est là où les affaires se font. Nos produits évoluent rapidement, d'ailleurs plus de 25 % de notre chiffre d'affaires se renouvelle chaque année » atteste A. Geearets.



Pour une première participation à un salon, l'AWEX finance 50 % des frais : billets d'avion, location du stand, frais de restauration. « En somme une part des risque liée à notre dé- veloppement à l'international est prise en charge, ce qui n'est pas négligeable ».

Dans le cadre des missions de prospection vers de nouveaux marchés, l'AWEX propose un forfait de trois voyages qui finance 50 % des frais de prospection : rendez-vous BtoB, participation à un stand, démonstra- tion produits, ... « Notre manager export a profité de cet incitant pour développer la région de l'Europe de l'Est ». L'accompagnement de l'AWEX s'effectue également pas le biais de ses attachés économiques commerciaux (AEC) implantés à l'étranger. Ils sont de très bons relais d'informations et de conseils. En cela ils sont des accélérateurs de business très utiles.

« Bien que les incitants sont nombreux et diversifiés, nous ne courons pas à tout prix après ces aides. En export, il faut d'abord cibler ses marchés et ne pas se disperser. A chaque fois que nous les avons utilisés c'est que nous avons un projet de développement précis à l'international ».

*J.Thibert*



### “Les divers incitants financiers dont nous bénéficions nous sont d’une aide précieuse dans la réalisation de nos projets internationaux”

Basés à Nivelles, **les Laboratoires Huckert's International** conçoivent et commercialisent des désinfectants à haute performance pour le secteur médical, pharmaceutique, le domaine industriel et les collectivités. Avec une vingtaine de collaborateurs, le laboratoire réalise un tiers de ses ventes sur les marchés internationaux. Grâce aux subsides de l'Awex, les ventes à l'exportation ont atteint le million d'euros, soit un tiers du chiffre d'affaires actuel.

Il y a dix ans, le département export était embryonnaire. « Nous participons à une quarantaine de foires et salons en Belgique et à l'étranger » explique Doris Forster, directrice de la communication et des relations publiques. « Nous pouvons dire que nous avons de la chance ici en Belgique d'être soutenus dans nos démarches internationales par l'Awex qui propose de nombreux incitants financiers ».

### “Subsides de foire” pour alléger les coûts d'exposition sur les salons internationaux

Pour alléger le coût de participation à des salons internationaux, l'entreprise bénéficie de deux incitants, comme le détaille Doris Forster. « Lorsque nous participons à un salon pour la première fois, que ce soit en Europe ou hors Europe, nous bénéficions du dispositif “bonus”. L'Awex prend en charge 50% des frais de voyage, de séjour, de location et d'aménagement de stand, et ce pour une personne. Lorsque nous participons de manière récurrente à une manifestation professionnelle, nous bénéficions du dispositif “subside de foire”. L'Awex prend en charge 50% des frais de location de stand individuel. Les aides sont évidemment plafonnées. Certains incitants sont soumis au règlement européen de minimis. Bien entendu nous devons répondre à des critères pour obtenir les aides. Une fois que

nous avons atteint ce quota, nous devons patienter avant d'être de nouveau éligible à ce dispositif ». Autre possibilité : l'Awex peut également représenter les intérêts du laboratoire sur des manifestations, sans que des collaborateurs ne se déplacent. « C'est très utile, cela facilite notre communication auprès des acheteurs étrangers » résume D. Forster. « Début décembre nous participons à Moscou à un stand collectif de l'AWEX tandis qu'en janvier 2014 nous profiterons des infrastructures de l'AWEX pour être à Dubai. Nos 6m2 nous sont offerts grâce au dispositif “subside de foire” ».

### Assistance prospection pour les projets en Amérique du Sud

Par ailleurs, le laboratoire a entamé une prospection dans divers pays d'Amérique du Sud où la société envisage d'étendre ses activités. « Nous bénéficions d'une aide à la prospection qui prend en partie nos frais de déplacement et de prospection sur place ». Globalement, D. Forster souligne l'importance des subsides de l'AWEX qui « nous ont permis de structurer notre démarche export, de recruter des collaborateurs et de développer fortement notre réseau de distributeurs à l'étranger : Thaïlande, Italie, Iran, Nigéria, Tunisie, Arabie Saoudite, et prochainement en Amérique du Sud et en Asie du Sud Est. Outre les subsides pour les participations aux foires internationales et voyages de prospection, nous bénéficions d'une aide pour la réalisation de nos supports de communications tels que traduction et impression de brochures, dépliants, développement du site internet, consultation en web marketing et publicités dans des revues professionnelles étrangères. Quant aux services non-financiers nous faisons régulièrement appel à l'expertise des attachés commerciaux sur place et assistons aux journées de rencontre avec des acheteur ».

*Sylvain Etaix*



Credit : Laboratoires Huckert's

**“Les aides de l’AWEX ne sont pas seulement financières, il s’agit aussi d’un formidable réseau pour créer de nouvelles opportunités de business !”**

Spin off de l’Université de Liège, **Mithra Pharmaceuticals** a été créée en 1999. En quinze ans, la start-up liégeoise est en passe de s’imposer comme un “market leader” dans le domaine de la santé féminine. La société commercialise des produits et traitements dans 4 champs thérapeutiques : contraception & (in)fertilité, ménopause & ostéoporose, hygiène intime et cancers féminins.

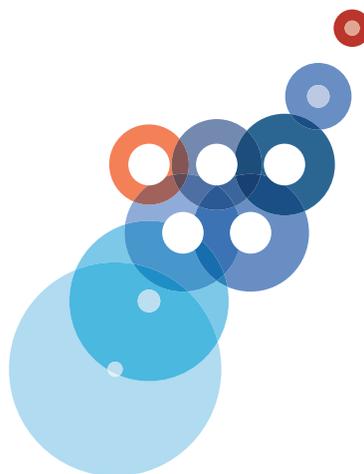
Les incitants financiers de l’AWEX aident l’entreprise à franchir cette nouvelle étape de sa croissance comme l’explique Eric Poskin, head of Strategic Communication & Governmental Affairs. « Avec 43% de parts de marché, nous sommes leader pour la contraception en Belgique et au Luxembourg. En très peu de temps, nous avons dépassé nos concurrents. Aujourd’hui, Mitra Pharmaceuticals entre dans une phase de maturité. Nous allons lancer de nouveaux produits sur le marché mondial, issus de 15 ans de R&D intensive. Nous allons nous doter d’un nouveau site de production à Liège, à proximité de l’aéroport. Nos effectifs vont passer d’une soixantaine de personnes aujourd’hui à près de 200 d’ici deux ans. Nous structurons notre présence à l’international via la création de 8 filiales, en plus

de nos 42 distributeurs à l’étranger. Nous utilisons le levier des incitants financiers pour soutenir notre développement. Au départ, nous étions que 5 personnes, il n’était pas aisé de structurer notre développement export. Nous avons participé à plusieurs missions économiques et une mission princière organisées par l’AWEX qui nous ont permis d’identifier de nouveaux contacts, entreprises privées (distributeurs) ou directement au sein des autorités locales. 55% de notre réseau étranger provient des contacts de l’AWEX, qui prend en charge 50% des frais de participation à des foires à l’étranger. Nous avons ainsi participé à Medica Düsseldorf et d’autres manifestations à Dubai et dans les Balkans ».

« Dans tous les pays où nous envisageons une implantation, notre objectif est de développer de nouveaux projets comme nous le faisons en Wallonie pour réaliser notre objectif qui est de devenir le n°1 sur le secteur de la santé féminine dans le monde. Les aides de l’AWEX ne sont pas seulement financières, il s’agit aussi d’un formidable réseau mis à notre disposition pour créer de nouvelles opportunités de business ! ».

*Sylvain Etaix*





# Les opérations de commerce international

# Les CGV

## Conditions Générales de Vente

On constate que souvent les CGV export ne sont que la traduction des CGV Belgique. Afin de tenter d'uniformiser les conditions générales de vente, il est conseillé de les rédiger selon les termes de la Convention de Vienne sur les contrats de vente internationale de marchandises, à laquelle ont à ce jour, adhéré 73 états, dont tous les pays de l'Union européenne.

Cette convention a apporté un outil de tentative d'universalisation de la vente, pour créer un instrument uniforme, permettant aux personnes de cultures juridiques différentes de s'entendre avec précision sur le contenu de leurs opérations.

Quand la Belgique signe une Convention internationale, celle-ci devient de droit belge et a une supériorité hiérarchique sur le droit interne. La Convention s'appliquera aux contrats de vente de marchandises entre des parties ayant leur établissement dans des Etats distincts, signataires de ladite Convention. Dans le système de la Convention, ce n'est pas la circulation de la marchandise qui donne à la vente son caractère international, mais le fait que les entreprises soient originaires de pays différents.

Autre élément important : la Convention de Vienne a un caractère supplétif, c'est-à-dire qu'on peut toujours contractuellement déroger à ses dispositions (article 6 de la Convention). Attention, la volonté des parties d'exclure la Convention, si elle peut être tacite, n'en doit pas moins être certaine. Il est donc nécessaire de toujours confirmer par écrit ces exclusions éventuelles

### Petit rappel sur ce que les conditions de vente "Export" doivent contenir :

La rédaction des conditions de vente « Export » doit nécessairement s'inspirer de l'activité de l'entreprise. En d'autres termes, il n'y a de bonnes conditions de vente que celles qui sont adaptées au vendeur, qui déterminera les règles applicables successivement à la formation, à l'exécution, à l'extinction ou le cas échéant à l'inexécution de l'obligation contractuelle. Il conviendra d'y intégrer :

**1 Les propriétés de l'offre :** les conditions définiront les modalités de l'offre (délai de validité, révocation, etc...), et les formes et délais de l'acceptation du vendeur (avec possibilité de contre offre sur des

éléments mineurs, valant acceptation de l'offre modifiée), pour la formation du contrat.

**2 La nature des biens et des services offerts :**

Selon le type de marchandise, il faut se prémunir contre le risque de non paiement à la livraison, mais également prévoir un paiement échelonné du prix avant réception, voire l'expédition ; on peut encore aménager contractuellement la faculté pour l'acheteur de résilier la commande selon que l'on se place avant ou après la livraison.

**3 La valeur des biens ou services** les conditions de

vente doivent au moins contenir les conditions de règlement, soit, pour le contrat de vente, les modalités du paiement par l'acheteur du bien ou du service fourni par le vendeur. Le cas échéant, les conditions de vente doivent aussi indiquer les rabais et les ristournes qu'il est possible pour l'acheteur d'obtenir.

**4 L'incoterm** indiqué dans les conditions de

vente permettra aux parties de régler, du point de vue financier, les modalités de leurs obligations réciproques autour de la livraison (qui fait quoi, qui paie quoi, quand, où et comment) et déterminera le transfert des risques. Ainsi, le vendeur peut prévoir que l'acheteur assumera les risques sur des marchandises sorties d'usine mais non encore livrées, même s'il n'en est pas encore propriétaire.

**5** On peut encore prévoir de mettre à la charge de

l'acheteur la réalisation d'un certain nombre de prestations ou services, en vue de l'expédition ou de la réception de la commande ; organiser les modalités d'exercice de **la garantie contractuelle** et prévoir une procédure de réclamation au profit de l'acheteur, pour gagner en sécurité juridique.

**6 La clause de réserve de propriété.** Si elle est

difficile à mettre en œuvre, voire inopérante dans certains pays (ou sous conditions d'enregistrement, de publication...), il est toujours dans l'intérêt du

vendeur de préciser, en prévention d'un différend futur, le sort réservé à la propriété des marchandises vendues.

**Attention toutefois :** Pour être opposable, la clause de réserve de propriété doit : être établie dans une langue parfaitement compréhensible des deux parties ; **parfaitement lisible** (donc pas au dos d'un document) ; **être communiquée avant la livraison** des marchandises (ce point est clairement indiqué dans l'article 4 de la Directive 2000/35/CE du 29/06/2000).

**7 Le pays de l'acheteur :** en effet, il peut être utile de prévoir, en vue de l'exportation dans certaines régions dites instables du globe, la survenance d'un risque politique ou monétaire, et ses conséquences (nationalisation de l'acheteur, dévaluation monétaire...).

**8 La domiciliation bancaire :** les intérêts contractuels pour différés de règlement (agios); les moyens techniques de règlement : virement, swift, billet à ordre, traite, etc... Des conditions particulières peuvent être indiquées : contre remise documentaire auprès de telle banque, par crédit documentaire (avec caractéristiques du crédit et du guichet de paiement).

**9 La Force majeure :** il peut être aussi utile pour le vendeur de se prémunir contre l'impossibilité d'exécution : traditionnellement, la force majeure est interprétée strictement par les juridictions en France ; or, les conditions de vente peuvent prévoir que la survenance de circonstances pourtant prévisibles ne permettra pas à l'acheteur, qui ne sera pas livré dans le délai convenu, de résilier la commande.

**10 Le droit applicable à la vente, juridiction compétente et la clause d'arbitrage :** même délicate à mettre en œuvre, son indication est toujours recommandée. La solution de facilité de choisir systématiquement comme tribunal compétent le Tribunal de Commerce du lieu du siège social du fournisseur belge et comme loi applicable, la loi belge, peuvent générer quelques désagréables surprises au moment de l'exécution du jugement : mesures conservatoires non efficaces, non reconnaissable de la décision rendue par le tribunal belge.

Pour éviter tous les problèmes liés à ces différentes conventions, ainsi que les problèmes encore plus critiques de différences linguistiques, il est judicieux de prévoir la rédaction d'une clause d'arbitrage avec domiciliation dans l'une des Chambres de Commerce Internationales habilitée à cet effet.

L'arbitrage étant particulièrement onéreux, on pourra aussi rédiger une clause «souple» qui permettra au vendeur de s'adapter au coup par coup, selon le pays de son débiteur et selon certains critères: organisation judiciaire du pays, sûretés existantes, localisation des actifs du débiteur, force majeure (clause à prévoir).

### Encore deux points importants :

#### 1 - Le contrat n'est pas nécessairement conclu par un écrit.

L'article 11 de la Convention édicte en effet que «le contrat de vente n'a pas à être conclu ni constaté par écrit et n'est soumis à aucune autre condition de forme. Il peut être prouvé par tous moyens, y compris par témoins».

Vos partenaires sont-ils réellement fiables?

Protégez-vous des risques d'impayés et assurez vos créances clients!

t. +32 (0)2 404 01 11  
e. info@coface.be  
www.coface.be

COFACE FOR SAFER TRADE

●●● 2 - L'offre : Date d'effet :

Grosses différences culturelles sur ce point : par exemple, la prise d'effet de l'offre, en France et en Allemagne, intervient au moment de la réception de l'offre. Dans le système anglo-saxon, en Angleterre et aux Etats-Unis, l'offre est valable à partir de son émission, et non à partir de sa réception.

Quant au système qui prévaut en Italie ou en Belgique, c'est celui dit de l'information, c'est-à-dire que ce n'est pas le moment où l'offre est parvenue au destinataire qui est le point de départ de sa validité, mais celui où le destinataire en a eu effectivement connaissance. La Convention est tout à fait claire sur ce sujet : c'est au moment où elle parvient au destinataire.

**Acceptation**

L'acceptation de l'offre prend effet au moment où l'acquiescement parvient à l'auteur de l'offre. **C'est le même système en parallèle** : c'est au moment où la décision parvient à l'auteur de l'offre qu'elle prend consistance.

**La Convention a fixé le système suivant :**

Article 19 : «Une réponse qui tend à être l'acceptation, mais qui contient des additions, des limitations ou autres modifications, est un rejet de l'offre et constitue une contre-offre. Cependant, une réponse qui tend à être l'acceptation, mais qui contient des éléments complémentaires ou différents n'altérant pas substantiellement les termes de l'offre, constitue une acceptation, à moins que l'auteur de l'offre, sans retard injustifié, n'en relève les différends verbalement, ou n'adresse un avis à cet effet».

**La substance de l'offre est clairement définie par la Convention** : c'est le prix, le paiement, la qualité, la quantité, le lieu ou le moment de la livraison, l'étendue de la responsabilité (c'est-à-dire la garantie) et les règles relatives au règlement des différends.

**Exclusions de la Convention de Vienne**

les droits de propriété, les réserves de propriété, la «product liability», la responsabilité du fait des produits, la période pré-contractuelle n'est pas couverte par la Convention (lettres d'intention, accords cadre etc).

*A.Toutain*

**Opposition entre CGV et CGA**

L'un des objectifs principaux des CGV est de s'opposer aux conditions générales d'achat et ainsi de faciliter le recouvrement des créances. Dans tous les cas, il est conseillé de transmettre ces CGV au moment même de l'offre et d'exiger qu'elles vous soient retournées signées, au même titre que la commande. Ce sera la preuve de l'acceptation par votre client de vos conditions.

**Les CGV restent toujours le socle de la négociation ;**

Les conditions générales de vente doivent être le point de départ de toute négociation entre un fournisseur et un client, qui pourra donner lieu ensuite à des conditions particulières. Elles visent à informer l'acheteur préalablement à toute transaction du barème de prix

et des conditions de vente du vendeur et constituent le cadre de la négociation commerciale ; elles permettent en outre à l'acheteur de s'assurer qu'il ne fait pas l'objet d'un traitement discriminatoire injustifié de la part de son fournisseur. Depuis Août 2008, les Conditions Générales d'Achats si elles sont contraires aux CGV ne sont plus considérées comme discriminatoires. En d'autre terme, si les clauses des CGV et CGA sont en opposition elles s'annulent purement et simplement.

Il est donc conseillé d'indiquer sur les offres la mention suivante : "le client reconnaît avoir pris lu et accepté des Conditions Générales de Vente qui priment sur les Conditions Générales d'Achats, et notamment ....."

**Dans le "notamment" il conviendra de bien ajouter les clauses essentielles :**

- Incoterm de vente
- Conditions et moyens de paiement
- Juridiction
- Garantie
- Mise en route

Dans tous les cas, il est recommandé de faire parvenir vos CGV au moment de l'offre et d'en demander le retour après signature du client qui indiquera également la date.

# Établir son offre commerciale à l'export

Véritable pré-contrat de vente, l'offre export, dans la majorité des systèmes juridiques comme dans la Convention de Vienne n'est soumise à aucune condition de forme particulière. Si cette souplesse peut être arrangeante, les dangers qu'elle engendre sont grands puisque l'offre commerciale est un véritable engagement de l'entreprise, le contrat étant conclu dans les termes de celle-ci dès son acceptation par l'acheteur.

En effet, si l'offre est en principe révocable dans la plupart des systèmes juridiques tant qu'elle n'a pas été acceptée par le client, la jurisprudence peut, dans certains cas, considérer que le retrait de l'offre par le vendeur cause un préjudice au client et accorder à ce dernier une indemnité. La Convention de Vienne, quant à elle, précise que la révocation est possible jusqu'à son acceptation, sauf dans les cas évidents où le vendeur a, par exemple, en fixant un délai de validité, fixé son irrévocabilité dans le temps.

## La forme d'une facture pro-forma

Base de négociation, formelle, et généralement sous la forme d'une facture pro-forma (utilisée pour l'ouverture de 97% des crédits documentaires), elle doit être datée et numérotée, sans ambiguïté, et mentionner dès que nécessaire les codes et les usances du commerce international (Incoterms, crédit documentaire, code international des monnaies...).

Établie HT suivant les principes de TVA à l'international, elle indique à l'acheteur les modalités de la commande (et reprend donc tous les éléments de la facture définitive) pour lui permettre de demander l'ouverture d'un crédit documentaire, ou d'une licence d'importation, ou de solliciter les autorisations nécessaires le cas échéant. Accompagnée éventuellement d'une caution, et toujours des conditions générales de vente, elle doit être minutieusement traduite dans une langue parfaitement compréhensible de l'acheteur, comme les documentations commerciales et techniques qui lui seront éventuellement jointes.

## L'offre et les CGV devront être retournées revêtues de l'accord écrit du client.

## Les éléments indispensables de l'offre

**Coordonnées précises** du fournisseur et du client : nom, adresse, pays, N° TVA.

**Désignation du produit** : nom commercial, référence technique, si possible avec précision de sa classification douanière et des prestations éventuelles (garantie, montage... ). Il est recommandé d'indiquer éventuellement la norme locale de fabrication, si le produit la respecte

**Quantité et conditionnement** : nombre, poids, volume, dimensions le cas échéant. Bien indiquer les unités de mesure utilisées

**Prix** : unitaire, total, devise retenue et son code Iso.

**Coûts additionnels éventuels** : emballage, transport, assurance, légalisation...

**Conditions d'expédition** : Incoterm suivi du lieu de référence retenu, port, frontière... (toujours faire référence aux Incoterm 2010 surtout pour une offre à une société américaine), emballage, marquage, mode de livraison : aérienne, maritime, terrestre, ferroviaire...

**Délais de livraison** : délai de production, délai prévu pour disponibilité des produits départ usine (afin d'éviter toute confusion avec le délai de livraison à l'arrivée), cadences de livraison, date d'expédition, ou délai d'expédition à réception de la commande, du crédit documentaire...

**Conditions de paiement** : acompte éventuel, délai (libellé en jours, en mois, sans oublier de préciser la date à laquelle il court), garantie éventuellement requise, moyen de paiement (en cas de crédit documentaire, préciser ses caractéristiques : irrévocable, confirmé / non confirmé... et mieux, joindre un projet de demande d'ouverture de crédit documentaire)

**Durée de validité de l'offre** : indiquer clairement la durée et le point de départ (par ex : offre valable 3 mois à partir de la date de son émission)

**Clauses juridiques** : Conditions Générales de Vente, règlement des litiges (juridiction de compétence, arbitrage, médiation), transfert de propriété, clause de réserve de propriété... *A.Toutain*

# Établir son prix de vente à l'export

Avec l'élaboration d'un plan stratégique à l'exportation, la question qui se pose rapidement est : « Comment peut-on établir le prix de vente ? ».

La réponse n'est pas seulement mathématique, elle doit aussi s'appuyer sur la connaissance du marché ciblé, de la concurrence, sur des décisions stratégiques et bien sûr, sur l'obtention du coût de revient.

Vendre à l'international implique des surcoûts qui peuvent être fatals à la pérennité de l'entreprise s'ils n'ont pas été correctement évalués... Une des méthodes les plus simples pour une Pme est de prendre pour base de calcul le coût de production des produits vendus en Belgique, auquel on ajoutera :

**Les frais de protection et d'adaptations techniques et commerciales du produit** (normes, brevets, packaging, marquage, élaboration de notice technique ...) ainsi que, le cas échéant, **les droits de douane pour les produits importés** dans le cadre du régime du perfectionnement actif. A ce stade l'entreprise connaît son "coût de production export".  
**A noter :** Le changement d'origine peut occasionner une majoration importante des droits de douane applicables dans le pays d'export.

## A ce coût de production export seront ajoutés

**Les coûts de distribution export** (fonctionnement du service export et amortissement des investissements commerciaux export)

**Sans oublier** la quote-part des frais d'administration générale de l'entreprise.

Le coût de revient export départ Belgique étant connu, il convient de lui ajouter les frais inhérents à la gestion totale des ventes en dehors du territoire national et sur un pays cible :

**Frais de commercialisation** (publicité, fonctionnement d'une agence, rémunération des représentants, frais de service après vente)

**Frais de couverture des risques et frais financiers** (frais de devises, assurance-crédit, frais financiers sur les crédits accordés aux clients, opérations de compensation, cautions bancaires, responsabilité civile du produit...)

**Frais d'expédition** eux-mêmes (visas consulaires, frais de documents, d'emballage, et, selon l'incoterm, frais de transport et d'assurance transport).

**Tous ces frais étant pris en compte, l'entreprise connaît son coût de revient export complet pour le pays ciblé.**

Si rien ne distingue son produit ou service de celui de la concurrence, le prix et les modalités de crédit ou de paiement deviennent alors des facteurs importants de compétitivité. A défaut de pouvoir proposer le produit ou service au prix le plus bas possible, l'entreprise pourra envisager d'offrir des périodes de paiement plus longues ou des conditions de livraison plus commerciales.

## Prendre en compte les conditions concurrentielles

A l'international comme sur le marché national toute entreprise ne peut se permettre de fixer un prix de vente (après calcul de son prix de revient) sans prendre en compte la politique de prix de ses concurrents. L'exportateur doit comparer les prix qu'il souhaite pratiquer (prix de vente au consommateur final) à ceux de ses concurrents directs pour déterminer une fourchette de prix marché et vérifier si le prix qu'il s'est fixé est concurrentiel. Le prix optimal est situé entre le prix plancher déterminé par les coûts et le prix plafond déterminé par la demande.

**Si le prix fixé est inférieur à ceux de la concurrence**, l'exportateur peut envisager une stratégie de pénétration agressive du marché visé, en ne perdant toutefois pas de vue l'attente des consommateurs (relation qualité-prix) ni le positionnement qu'il veut donner à son produit sur le marché.

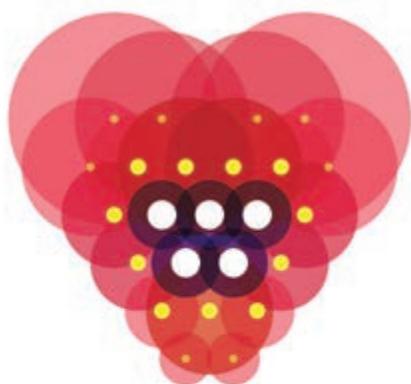
**Si le prix fixé correspond aux prix moyens**, et s'il ne peut réduire ses coûts face à un marché qui ne peut accepter de prix supérieur, l'exportateur aura alors une stratégie de mimétisme.

**Si son prix est supérieur à ceux de la concurrence**, l'exportateur pourra soit décider de ne pas vendre son produit sur ce marché, soit, s'il a un avantage distinctif suffisant pour expliquer un prix plus élevé, le positionner «haut de gamme», soit, si c'est possible, réduire ses coûts de fabrication ou sa marge commerciale pour que son prix rentre dans la fourchette du prix marché. Quoi qu'il en soit, l'exportateur doit pratiquer une veille permanente pour réagir face à toute modification de prix de la concurrence.

A.Toutain



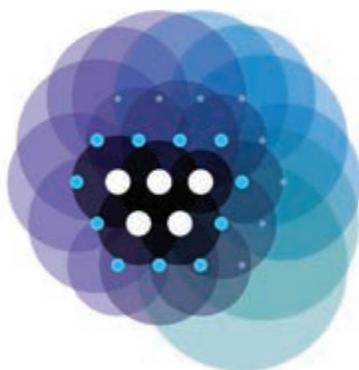
# Feel inspired



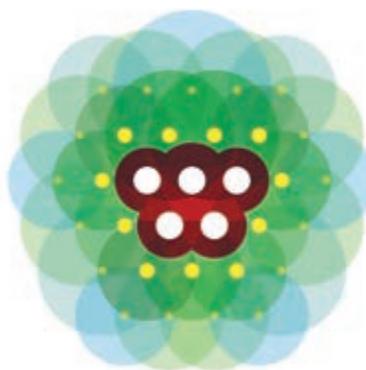
SENSE OF SHARING



ACCESSIBILITY



TECHNICAL KNOW-HOW



QUALITY OF LIFE



Wallonia.be

EXPORT  
INVESTMENT

# Les contraintes législatives, réglementaires et normatives

Les règlements et normes particuliers à chaque pays impliquent souvent une adaptation technique ou une modification des composantes périphériques du produit. Les divergences entre les règles techniques et les procédures d'évaluation de la conformité du produit adoptées dans les différents États peuvent donner lieu à la création de barrières.

## Il faut distinguer :

**Les normes techniques** : spécifications techniques facultatives à respecter au risque de se heurter à un handicap commercial.

**Les règlements techniques** (loi, décret, règlement des pouvoirs publics) : leur application est obligatoire pour ne pas être passible d'interdiction de commercialiser le produit sur le marché, ou de retrait pur et simple du produit déjà mis sur le marché au moment du contrôle.

## Les principales contraintes

### Les normes sanitaires et phytosanitaires

Ces règlements, destinés à assurer la sécurité, la santé et la protection de l'environnement, peuvent concerner le produit lui-même (modification de sa composition, de sa dénomination commerciale...), son emballage (bois, non bois...), ou son étiquetage. Un accord sur l'application des mesures sanitaires et phytosanitaires (l'«Accord SPS») est entré en vigueur au moment de la création de l'Organisation mondiale du commerce : il définit les règles fondamentales concernant l'innocuité des produits alimentaires, ainsi que les normes sanitaires pour les animaux et les végétaux et permet aux pays d'établir leurs propres normes. Les pays Membres sont encouragés à appliquer les normes, directives ou recommandations internationales, dans les cas où il en existe. Il n'en demeure pas moins que les produits sont soumis à des réglementations nationales, et que ces réglementations ne sont pas totalement harmonisées et peuvent se poser en entrave aux échanges commerciaux.

### Les normes techniques

Les normes techniques sont généralement différentes d'un pays à un autre et une adaptation du produit est souvent nécessaire pour la pénétration d'un marché.

Quatre organismes de normalisation élaborent et gèrent les normes techniques (ISO - Organisation internationale de normalisation, CEI - Commission électrotechnique internationale, UIT - Union internationale des télécommunications, JTC1 - Joint technical Committee). Ces organismes internationaux travaillent conjointement et sont relayés par des organismes régionaux, européens et nationaux.

## Méthodologie d'approche de ces contraintes

- 1 **Définir le marché** : circonscrire géographiquement la zone visée et déterminer la nationalité des réglementations applicables et la dimension internationale de ces réglementations (principe de primauté).
- 2 **Identifier les risques liés au produit** : les dispositions générales (ensemble des produits concernés, exemple : la directive européenne sur la sécurité

### Comment trouver les normes applicables pour ses produits ?

Pour rechercher les normes applicables à leurs produits dans un autre pays, les entreprises wallonnes peuvent consulter :

- Les organismes européens de normalisation : CEN - Comité européen de normalisation, CENELEC - Comité européen de normalisation pour l'électrotechnique, ETSI - Institut européen des normes de télécommunication.
- Les organismes régionaux (tels que ARSO pour l'Afrique, ou EASC pour les pays de la CEI) ou nationaux (membres ISO ou CEI dans plus de 112 pays) de normalisation.

### Les autres contraintes à prendre en compte

L'entreprise devra prendre en compte les attentes des consommateurs (ne pas tenir compte des données sociologiques, culturelles ou religieuses du marché visé pourrait restreindre la pénétration du marché ou entraîner le refus du consommateur qui ne voudrait pas d'un produit qui ne correspond pas à ses habitudes), car elles sont non réglementées au sens où il n'existe pas de texte de référence et les conditions du marché (le climat du pays - température, hygrométrie... - par exemple qui peuvent changer les performances ou la durée de vie du produit et entraîner une image de « mauvaise qualité » et un refus d'achat).

générale des produits), les dispositions sectorielles (par secteur de produit, exemple : directive européenne sur les appareils à pression), et les dispositions particulières (qui ciblent une famille étroite de produits, exemple : arrêtés et décrets sur les casques de moto).

**3 Identifier les textes en vigueur** : soit par l'intermédiaire d'organismes spécialisés sur les normes et réglementations, soit via des professionnels des normes au sein de laboratoires d'essais et organismes certificateurs, soit en confiant la mission globale à un prestataire (consultant privé spécialisé sur le marché visé), soit encore en croisant plusieurs sources d'informations complémentaires (sites internet, bases de données...).

### La législation européenne

Dans le cadre du traité instituant la Communauté européenne, la législation communautaire peut prendre différentes formes : règlements, directives, décisions, recommandations et avis. Compte tenu de la complexité de la législation de l'UE, des services d'information ont été mis au point pour assurer un accès facile aux sources d'information les plus importantes et permettre leur consultation en ligne :

**Pour consulter** les règlements, directives, décisions, traités européens et le Journal Officiel de l'Union : EURLEX

<http://www.europa.eu.int/eur-lex/fr/index.html>

**Pour connaître** les mesures de transposition des directives européennes dans les différents droits nationaux : CELEX

[http://europa.eu.int/celex/htm/celex\\_fr.htm](http://europa.eu.int/celex/htm/celex_fr.htm)

### Propriété intellectuelle (PI) et exportation

Dans le contexte actuel d'économie de la connaissance, la production de valeur est générée entre autres par les actifs immatériels. Ceux-ci comprennent les droits de PI (DPI) enregistrés (brevets, marques, dessins, modèles, ...) et les DPI non enregistrés (droit d'auteur, savoir-faire).

L'entreprise qui se place dans une démarche d'exportation veillera à adopter une approche globale de la PI notamment à l'égard des différentes méthodes formelles et informelles d'obtention des DPI. Plus largement, l'entreprise ne réfléchira pas uniquement en termes de protection et de défense de DPI mais en termes de valorisation et de gestion de son patrimoine immatériel.

L'entreprise commencera par traduire ses objectifs stratégiques (en particulier en ce qui concerne l'exportation) en termes PI. L'exercice s'appuie sur un questionnement sur l'identification des marchés, la localisation des lieux de production, les canaux de distribution, les partenariats envisagés, les revenus escomptés (à partir de licences par exemple), ... et tient compte de l'évolution prévisible de ces dimensions dans le temps. En d'autres termes : bien connaître son business est la base d'un management stratégique efficace de la PI où les décisions à prendre sont identifiées et d'une approche pragmatique de la PI en fonction des réalités locales.

Pour ce faire, la Wallonie dispose de supports au niveau de PICARRÉ ([www.picarre.be](http://www.picarre.be)) pour la sensibilisation, l'aide de 1er niveau (conseil, diagnostic), la recherche d'informations PI et d'experts en stratégie à l'exportation auprès de l'AWEX pour les Tpe.

L'entreprise peut s'adresser à des spécialistes en PI (mandataires en brevets, mandataires en marques, dessins et modèles, avocats) pour décider des DPI à acquérir (quelle(s) procédure(s) pour le dépôt de demande de brevets, de marque, ...), de la couverture géographique à obtenir, pour la défense des DPI, pour fixer un budget pour les dépenses de procédure, de défense, de coûts de traduction, ...

Il est à noter que la Wallonie dispose, au travers de la DG06\*, d'une aide au brevet qui permet de couvrir des frais liés au dépôt de demandes de brevets, à l'extension géographique de la protection par brevet et à la procédure d'opposition en Europe.

+ d'infos : [www.picarre.be](http://www.picarre.be)

\* [nathalie.leboeuf@spw.wallonie.be](mailto:nathalie.leboeuf@spw.wallonie.be)

# Les grands principes de la TVA

## Les régimes de TVA avec les pays tiers

Les principes de taxation à la TVA sont régis par la directive 2006/112/CE du 28 novembre 2006.

### A l'exportation :

Les exportations sont exonérées de TVA. Néanmoins, l'exportateur doit produire en cas de contrôle fiscal un justificatif de sortie du territoire communautaire pour prouver le bien fondé de cette facturation hors taxe. Le justificatif fiscal de sortie est maintenant dématérialisé via ECS. Le visa papier devient une exception.

### Un ensemble de documents concordants justifiant l'exportation de biens

La preuve de l'exportation doit pouvoir être apportée par l'exportateur par un ensemble de documents concordants justifiant la réalité de celle-ci, parmi lesquels les bons de commande, les documents de transport et les documents de paiement, ainsi que la déclaration d'exportation PLDA sur laquelle est reproduite en case D la date de sortie des biens. A cet égard, il y a donc lieu de remarquer que la déclaration PLDA précitée ne suffit pas à justifier à elle seule le droit à l'exemption de la TVA.

Lorsqu'un acheteur non établi en Belgique prend possession des biens en Belgique et les exporte ou les fait exporter pour son compte, le vendeur reste responsable de l'exportation de ces biens et par conséquent de la TVA relative à cette livraison. Il n'est déchargé de sa responsabilité que s'il peut prouver que les biens ont été exportés dans les conditions prévues.

L'exportateur mentionne le montant du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation, mais sans le soumettre à la TVA dans sa déclaration mensuelle ou trimestrielle de TVA, lorsque les conditions d'exonération peuvent être justifiées.

### A l'importation :

La TVA acquittée auprès de l'administration des douanes est ensuite récupérable sur les déclarations de TVA. Afin de pallier cette sortie de trésorerie, l'administration belge permet à toute entreprise,

sur simple demande de reporter le paiement de la TVA dans les déclarations à la TVA belge, via le mécanisme d'auto-liquidation. Il s'agit d'une autorisation ET14000 qui est délivrée individuellement à chaque assujetti qui en fait la demande. Depuis le 1er janvier 2013, aucune caution n'est exigée comme c'était le cas auparavant.

### Certaines opérations à l'importation sont exonérées :

- les biens destinés à être livrés par l'importateur vers un autre État membre,
- la réimportation, par la personne qui les a exportés, de biens dans l'état où ils ont été exportés et qui bénéficient de la franchise des droits de douane, ou qui en bénéficieraient s'ils étaient soumis à des droits de douane,
- les biens importés par des particuliers dans la limite de franchises douanières et fiscales communautaires
- l'importation de certains biens tels que œuvres d'art originales, timbres, objets de collection ou d'antiquité directement destinés à des établissements agréés par le ministère de la culture, l'or sous toutes ses formes...

## La TVA dans les échanges intracommunautaires

### Les échanges de marchandises :

Les livraisons intra-communautaires de biens sont exonérées de TVA, sous trois conditions : il doit y avoir mouvement de marchandises entre deux états membres, à titre onéreux et en principe, le numéro de TVA de l'acheteur doit être communiqué au vendeur et mentionné sur la facture. Le principe est donc une détaxe à la vente dans le pays de départ et une taxation à l'achat dans le pays d'arrivée. La facture du vendeur belge, établie HT, doit mentionner le numéro identifiant de TVA du vendeur et de l'acheteur ainsi que la mention suivante : « livraison intracommunautaire exonérée de TVA ». Depuis, le 1er janvier 2013, il n'est plus obligatoire de mentionner l'article 39bis du Code de la TVA belge, en application de l'article 138 de

# à l'international

la directive 2006/112/CE, pour autant qu'une mention équivalente est indiquée sur la facture de vente en cas d'une livraison intracommunautaire de biens.

Le vendeur doit reprendre le mouvement intracommunautaire dans une déclaration INTRASTAT pour autant qu'il ait dépassé le seuil et également un relevé des opérations livraisons intracommunautaires de biens (lire pages précédentes ???) L'acheteur devra en tous les cas déclarer une acquisition intracommunautaire de biens dans sa déclaration et si une autre formalité est liée à cet achat est prévue, il devra s'y conformer.

Nous attirons votre attention sur les opérations en chaîne qui peuvent provoquer certains dégâts en matière de TVA lorsque les conditions de simplification ne sont pas remplies. Il peut s'agir de fausses opérations triangulaires intracommunautaires lorsque par exemple, le client final fait le transport des biens ou lorsqu'un des intermédiaires dans la chaîne est non européen et non identifié à la TVA dans l'Union européenne. Bien que la Cour de Justice de l'Union Européenne ait rendu un arrêt surprenant à cet égard et favorable à l'assujetti, il convient de rester vigilant pour les opérations en chaîne lorsque l'intermédiaire n'est pas identifié à la TVA dans l'Union européenne.

## Les échanges de prestations de services :

Le principe de taxation des prestations de services a été modifié par la directive 2008/8/CE du 12 février 2008. Elle est applicable depuis le 1er janvier 2010. La bonne application des règles relatives au lieu de taxation des prestations de services dépend principalement de la qualité du client, assujetti ou non. La règle générale de taxation (B2B) précise que la fourniture de services à des assujettis à la TVA sera imposable dans le pays du client, alors que la fourniture de services à des non assujettis sera imposable dans le pays du prestataire (règle B2C). Afin de déterminer le statut d'assujetti du client, le prestataire de services belge est tenu de vérifier le statut et la qualité d'assujetti de son client établi dans un autre pays que le prestataire mais dans l'UE.

### Sont considérés comme pays tiers :

Les collectivités territoriales françaises (Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna, et Pierre et Miquelon, la Polynésie Française, les Terres Australes et Antarctiques Françaises (TAAF), les Iles d'Helgoland, le Territoire de Bûsigne, Livignio, Campione d'Italia, les Iles Féroé, Ceuta et Melilla, le Vatican, San Martin, Andorre, Gibraltar et St Martin.

En d'autres termes, ceci signifie que les pays précités ne font pas partie ni du territoire TVA de l'UE ni du territoire douanier de l'UE.

Si le client étranger communique son numéro de TVA, il appartiendra au prestataire belge de vérifier la validité de ce numéro. Si le client n'a pas de numéro de TVA, le prestataire belge devra apporter la preuve au contrôleur belge que son client a au moins la qualité d'assujetti pour un ensemble d'informations concordantes. Par ailleurs dès lors que le prestataire est étranger et non établie en Belgique, le client belge devient redevable de la taxe qu'il devra autoliquider sur sa déclaration de TVA. Si toutefois le prestataire étranger dispose d'un établissement stable en Belgique, le redevable de la TVA reste son client établi en Belgique pour autant que l'établissement stable du prestataire étranger n'intervienne pas dans l'opération en cause.

### Sont assimilés à des pays tiers :

Les DOM (Guadeloupe, Martinique, Réunion, Guyane), le Mont Athos, les Iles Anglo Normandes (Jersey et Guernesey), les Iles canaries, les Iles Aland.

Mayotte (en gras), 10<sup>e</sup> département français depuis le 31/03/2011, ne fait partie ni du territoire douanier de l'Union européenne ni du territoire fiscal de la France. Cette autonomie douanière et fiscale devrait être maintenue jusqu'en 2014. En attendant, il reste assimilé.

En d'autres termes, ceci signifie que les pays précités ne font pas partie du territoire TVA de l'UE mais bien du territoire douanier de l'UE. Dans ce cas, il convient de noter que les exportateurs belges devront tout de même se soumettre à des formalités d'exportation en Belgique.

●●● **Les nouvelles obligations déclaratives de suivi des prestations de services intracommunautaires entre assujettis :**

- La facture HT du prestataire belge doit mentionner le numéro d'identification du client ainsi que la mention « autoliquidation » depuis le 1er janvier 2013. La mention de « taxe due par le client en application de l'article 196 de la directive 2006/112/CE » ou « taxe due par le client en application de l'article 21, §2 » ne sont plus obligatoire.
- Le prestataire qui fournit des prestations de services à des clients assujettis dans d'autres pays de l'UE doit par ailleurs déposer un relevé des opérations intracommunautaires, soit mensuel soit trimestriel. Ce relevé est un récapitulatif mensuel ou trimestriel de toutes les ventes HT de prestations de services (sauf prestations régies par une règle dérogatoire) fournis à des clients assujettis dans d'autres pays de l'UE et qui doivent donner lieu à autoliquidation de la taxe par ceux-ci.
- Dans le cas où le client assujetti a bel et bien la qualité d'assujetti mais ne dispose pas de numéro de TVA (car dans son pays il réalise des opérations exonérées de TVA), le prestataire belge ne sera pas dans la possibilité de reprendre cette prestation B2B dans le relevé intracommunautaire. Par contre, ce que le prestataire belge doit absolument faire, c'est inviter son client à se manifester dans le bureau de TVA duquel il dépend pour déclarer la prestation B2B qu'il reçoit. En principe, le prestataire belge s'expose à une administrative s'il ne déclare pas l'opération dans son relevé intracommunautaire vu que son client est en défaut d'identification à la TVA, mais cette amende devrait être contestable au vu de la situation rencontrée.

**Les dérogations**

Il existe des dérogations aux règles générales : pour certaines prestations de services le lieu de taxation dépendra d'abord de la nature de la prestation fournie. Ces prestations sont reprises à l'article 21, §3 et 21bis, §2 du Code de la TVA.

**On distingue deux catégories de dérogations :**

**A - Les dérogations applicables quelle que soit la qualité du client (assujetti ou non) :**

- Prestations relatives aux immeubles : taxation dans le pays où l'immeuble par nature est situé.
- Prestations consistant à donner accès à des manifestations culturelles, artistiques, sportives, éducatives, scientifiques, de divertissement ou similaires, telles que les foires et les expositions, ainsi que les prestations accessoires à cet accès : taxation dans le pays où la manifestation a lieu.
- Services de restaurant ou de restauration : taxation dans le pays d'exécution de l'activité.

**Le contingent d'achat en franchise non applicable**

Afin d'éviter aux exportateurs des avances de trésorerie, l'article 275 du CGI les autorise à acheter sur le marché intérieur, à faire une acquisition intracommunautaire ou à importer, en franchise de la TVA, les biens qu'ils destinent à faire l'objet d'une exportation ou d'une livraison intracommunautaire exonérée de la TVA.

Il convient de noter que ce régime n'existe pas en Belgique.

- Services de restaurant ou de restauration au cours de transport de personnes: taxation, en principe, dans le pays de départ du transport, sauf si escale en dehors de l'Union européenne.
- Prestations relatives aux transports de passagers : taxation à l'endroit où s'effectue le transport en fonction des distances parcourues.
- Locations de courte durée de moyens de transport : taxation dans le pays où le moyen de transport est mis à la disposition du client.

Depuis le 1er septembre 2002, la procédure d'autoliquidation de la TVA lorsque le client est un assujetti a été généralisée et rendue obligatoire en Belgique (sauf si la réglementation définit un redevable différent). En effet l'article 51, §2, 5° précise en résumé que « lorsqu'une livraison de biens ou une prestation de services est effectuée ou réputée être effectuée en Belgique par un assujetti établi hors de la Belgique, la taxe est acquittée par l'acquéreur, le destinataire ou le preneur belge qui agit en tant qu'assujetti et qui



dispose d'un numéro d'identification à la taxe sur la valeur ajoutée en Belgique ou par un assujetti étranger non établi en Belgique qui a désigné en représentant responsable en Belgique».

Par conséquent un prestataire étranger qui fournit une des prestations visées ci-dessus à un client établi et identifié à la TVA en Belgique facturera HT en application de 51, §2, 5° du CTVA et le client autoliquidera la TVA. Ce principe s'applique également à certaines livraisons de biens comme les livraisons avec montage ou installation réalisée en Belgique.

En Belgique, il n'est pas possible de déroger à cette règle spécifique. En effet, cette autoliquidation doit s'appliquer, stricto sensu, lorsque les conditions reprises à l'article 51, §2, 5° du CTVA sont rencontrées. Une référence à la mention « autoliquidation » devra être reprise sur la facture du prestataire ou fournisseur de droit étranger non établi en Belgique.

### **B - Les dérogations applicables uniquement lorsque le client est non assujetti :**

- Travaux et expertises sur biens meubles corporels : taxation dans le pays où les prestations sont matériellement exécutées.
- Prestations des intermédiaires transparents : taxation à l'endroit où est imposable l'opération principale dans laquelle l'intermédiaire intervient.
- Transports de biens autres qu'intracommunautaires : taxation à l'endroit où s'effectue le transport en fonction des distances parcourues.
- Transports intracommunautaires : Taxation dans l'état membre de départ du transport.

- Prestations accessoires aux transports : taxation dans l'état membre où elles sont matériellement exécutées.
- Prestations immatérielles : taxation au lieu où le client est établi ou à son domicile ou sa résidence habituelle dans les cas où le client non assujetti est établi dans un pays tiers et le service n'est pas utilisé dans l'UE.
- Services fournis par voie électronique : taxation dans le pays du client.

Que ce soit pour échanges de biens ou de prestations de services, l'entreprise doit déclarer le montant de ses livraisons / acquisitions sur ses déclarations de chiffres d'affaires (CA3 ou CA12)

### **Evolutions récentes et attendues**

- Depuis le 1er janvier 2013 : modification des règles de taxation des locations de moyens de transport autre que de courte durée (exemple crédit-bail) à des non assujettis : taxation dans le pays d'établissement du client (avec des spécificités pour la location de bateaux de plaisance)
- A compter du 1er janvier 2015 : Modifications des règles de taxation des services de télécommunication, radiodiffusion et de télévision ainsi que des services fournis par voie électronique par des prestataires communautaires à des non assujettis situés dans un autre état membre de l'UE : taxation dans le pays du client avec un régime de déclaration via un guichet unique (« one stop shop ») similaire à celui existant pour les pays tiers.



### **Our expertise in**

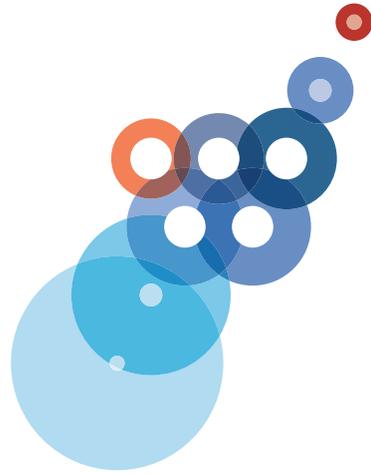
- Consultancy
- Compliance
- VAT and Customs - Audit
- Tax representation
- Incoterms
- Training



[www.omnivat.eu](http://www.omnivat.eu)

Tel. +32 (0)2/308 56 55 Email: [info@omnivat.eu](mailto:info@omnivat.eu)





# Les opérations douanières

## Missions de la douane

La mission première est le contrôle de toute marchandise qui entre et sort du territoire national. La douane est chargée de protéger la société, de promouvoir le commerce international en se chargeant de la gestion des frontières extérieures et d'assurer la sécurité de la chaîne logistique (lutte contre le trafic de stupéfiants par exemple).

- Elle perçoit les droits et taxes principalement à l'importation, parfois à l'exportation (œuvres d'art) ainsi que les droits indirects (produits pétroliers, tabac, vins et spiritueux ...) ce qui fait de l'administration des douanes un collecteur significatif pour l'Etat mais aussi pour les collectivités publiques ...
  - La mission de la douane, notamment depuis le 1er janvier 1993, a pris une dimension européenne car la réglementation douanière est devenue européenne.
  - La douane collecte également des informations statistiques précieuses pour l'orientation des politiques économiques mais aussi pour les entreprises. Il convient de ne pas occulter le rôle de conseil et d'information vis-à-vis des entreprises activement démontré.
- La douane est présente sur tout le territoire en bureaux, en unités de surveillance et services de contributions indirectes, tous regroupés en régions.

Pour mener à bien ces tâches, la douane belge travaille au niveau national et international avec d'autres Services Public Finances (SPF) et d'autres services répressifs, principalement dans la lutte contre la fraude, la criminalité organisée et le terrorisme.

### Les accises sont les autorités en charge de la perception et du contrôle des :

- produits soumis à accise en Belgique tels que le café et les boissons non alcoolisées
- produits soumis à accise qui ont été harmonisés au niveau communautaire, à savoir les produits énergétiques, l'alcool et les boissons alcoolisées ainsi que le tabac manufacturé.

### Dans le cadre de la mission du SPF Finances, l'Administration générale des douanes et accises (AGD&A) a pour tâche de :

- surveiller le trafic international de marchandises de la Communauté, contribuant ainsi à des échanges honnêtes et ouverts, ainsi que l'exécution des aspects externes du marché interne, l'application de la politique commerciale communautaire et des autres régimes communs relatifs aux échanges commerciaux, et enfin la sécurité générale de la chaîne d'approvisionnement;
- contribuer à la prévention et à la lutte contre toutes les formes de fraude dans tous les domaines de la vie sociale.

# Les échanges

Presque tout échange commercial entre un pays de l'Union européenne et un pays tiers doit donner lieu, pour procéder au dédouanement des marchandises importées ou exportées, à un dépôt de déclaration en douane. Le modèle dans l'U.E. est le DAU, document administratif unique.

## Les caractéristiques de la marchandise : le trio espèce tarifaire – origine – valeur en douane

A la base de toutes vos opérations douanières, ces trois notions sont essentielles pour déterminer le traitement douanier à réserver à une marchandise.

### 1 - L'espèce tarifaire

#### L'espèce tarifaire permet de déterminer :

- à l'importation : les éventuelles restrictions quantitatives et formalités (sanitaires, phytosanitaires...) à accomplir, le taux de douane, la TVA, les taxes parafiscales, les statistiques.
- à l'exportation : les normes applicables et l'enregistrement de l'opération dans les statistiques du commerce extérieur.

#### Les différents niveaux de nomenclature :

- Les 4 premiers chiffres
- Position tarifaire**, déterminée au niveau mondial par l'OMD
- 6 chiffres
- Système Harmonisé (SH)**, classification méthodique et unique déterminée par l'OMD, utilisée par plus de 190 pays et couvre plus de 98% du commerce mondial.

#### A noter : le SH a été revu le 1er janvier 2012.

#### Pour consulter les tables de concordance : [www.wcoomd.org](http://www.wcoomd.org)

- 8 chiffres

**Nomenclature Combinée (NC)**, définie au niveau communautaire, détermine notamment les statistiques et les droits de douane à l'import dans l'U.E.

#### Nouvelle version de la NC applicable au 01/01/2012 : Règlement (UE) N° 927/2012 du 09/10/2012 JOUE N° L307 du 31/10/2012 sur <http://eur-lex.europa.eu>

- 10 chiffres

# douaniers avec les pays tiers

**TARIC** : Tarif Intégré des Communautés européennes. Intègre les mesures réglementaires de la Communauté européenne (suspensions et préférences tarifaires, prohibitions, licences ou droits antidumping).

**Pour consulter les tarifs en ligne :**  
<http://tarweb.minfin.fgov.be> (portail belge)

## 2 - L'origine des marchandises

L'origine, nationalité «économique» des marchandises dans le commerce international, est indispensable pour bénéficier, ou faire bénéficier à vos clients, d'éventuelles préférences. Il en existe deux types :

### Origine préférentielle

Elle confère certains avantages aux marchandises échangées entre certains pays : l'importation à un taux de douane réduit ou à un taux nul. Pour être considérées comme originaires de l'U.E. ou d'un

pays lié à l'U.E. par un accord préférentiel, les marchandises doivent avoir été entièrement obtenues ou suffisamment transformées dans l'U.E. ou dans le pays partenaire concerné. En conséquence, toute ouverture, même minime, réalisée dans un pays tiers remet en cause le caractère originaire (sauf règles de cumul, le cas échéant).

La liste des pays « partenaires » est longue et résulte de différents types d'accords : accords conclus par l'UE avec un pays ou un groupe de pays, concessions tarifaires octroyées unilatéralement par la Communauté (telles que dans le cadre du spG), relations préférentielles réciproques (union douanière et accord de libre échange selon les produits).

Pour bénéficier de ces accords, un document est exigé par la douane ; veillez à vous assurer de l'avoir bien émis ou mandaté votre transitaire. eUr1, eUrmeD, form A, ATr ou DOF, voire parfois le certificat d'origine selon le pays concerné devra impérativement être produit. À défaut ce sera la règle d'origine de droit commun qui s'appliquera.

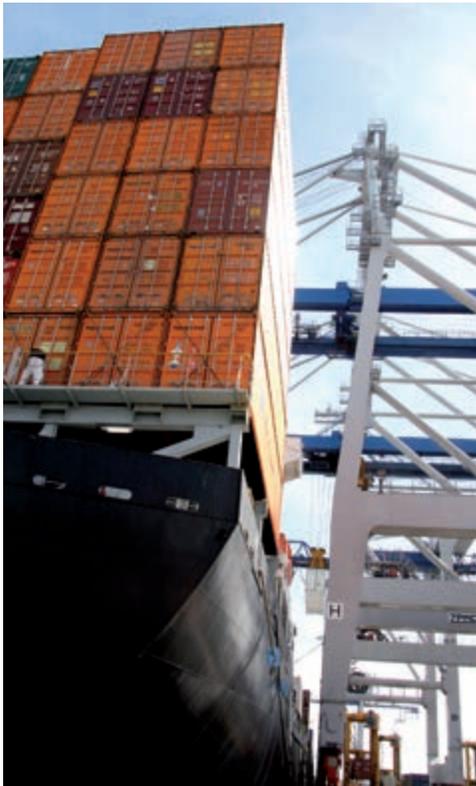
**Détail de ces accords préférentiels disponibles sur :** <http://ccff02.minfin.fgov.be/KMWeb/>

### Origine non préférentielle

La règle d'origine de droit commun : lorsqu'il n'y a pas de préférences tarifaires en jeu sont concernées les importations en provenance de pays avec lesquels l'U.E. n'a pas signé d'accords et lorsque les produits sont exclus des accords préférentiels ou n'ont pas satisfait aux règles d'origine. L'origine non préférentielle donne une nationalité «économique» aux marchandises et sert à déterminer l'origine de produits soumis à diverses mesures de politique commerciale (mesures antidumping, quotas pour les produits textiles, restrictions quantitatives) ou à des contingents tarifaires. Elle est aussi utilisée à des fins statistiques, et intervient également dans d'autres dispositions, telles que celles qui sont liées aux marchés publics ou au marquage de l'origine, qui sont aussi liées à l'origine non préférentielle des produits.

## 3 - La valeur en douane

C'est la base de perception des droits de douane. Elle est constituée de la valeur transactionnelle (valeur facturée par le fournisseur), majorée des frais de transport, assurance, chargement, manutention, contenants et emballages, commissions, frais de courtage... et, ce, en fonction de l'incoterm utilisé.



# Les contraintes douanières et tarifaires

Vendre son produit à l'étranger nécessite une réelle étude de l'environnement légal du marché visé, notamment de ses spécificités douanières donc de la politique de vente.

Trop d'entreprises ont programmé des rendez-vous de prospection dans un pays sans s'apercevoir que leur produit serait grevé de droits de douane à hauteur de 30 à 50% du prix du produit. Vérifier le taux de douane affecté au produit à l'entrée du pays visé est donc une étape primordiale.

## Les droits de douane

Les barrières douanières et tarifaires (droits de douane prohibitifs ou contingents tarifaires limités destinés à protéger la production locale par exemple) entraînent parfois une impossibilité quasi totale de vente à un prix concurrentiel sur le marché et entraînent une politique d'approche du marché plus technique, voire un abandon pur et simple du marché visé. La donnée "droits de douane" doit être analysée finement car il faut peut-être envisager dans certains cas de changer légèrement le produit ou de l'importer en pièces détachées pour faire le montage ou la finition sur place afin de limiter des droits prohibitifs (au final cela exigera de chercher des partenaires industriels plutôt que de simples distributeurs) ou encore de s'approvisionner dans un pays plutôt que dans un autre, en fonction des accords commerciaux régionaux en vigueur. D'où l'importance de la notion d'espèce tarifaire et d'origine.

**Un indicateur qui ne trompe pas :** plus vous avez de concurrents qui fabriquent localement plus vous aurez de chance d'avoir des barrières à l'entrée sur le marché.

Pour déterminer les taux de douane de vos produits à l'importation dans chaque pays tiers à partir de votre nomenclature douanière, consultez le site suivant qui reprend une mine précieuse d'informations incontournables:

<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

## Les contingents tarifaires

Pour un certain nombre de produits et dans certains pays une réduction du droit de douane payable est autorisée pour des quantités limitées d'importations, sur une période donnée.

Cette limitation prend la forme de contingents tarifaires ou de plafonds tarifaires. Les contingents tarifaires peuvent s'appliquer à des importations d'origine spécifique, normalement dans le cadre d'un régime tarifaire préférentiel ou aux importations de toutes les origines. Les importateurs qui souhaitent profiter du contingent tarifaire doivent en faire la demande conformément à la réglementation de la Communauté et de leur pays.

Les services douaniers, en application des dispositions communautaires, sont tenus d'enregistrer la date à laquelle ils acceptent chaque déclaration d'importation. La gestion des contingents tarifaires selon le principe du premier arrivé / premier servi implique que lorsqu'il faut traiter plusieurs demandes de tirage sur le même contingent, la priorité est donnée à la demande dont la déclaration en douane a été acceptée la première. Toutes les demandes qui bénéficient de la même priorité sont traitées sur un pied d'égalité. Toute importation additionnelle au-delà de cette valeur ou de cette quantité peut être importée en acquittant le droit de douane normal. Le recours aux plafonds tarifaires est normalement limité aux régimes tarifaires préférentiels.

## Droits tarifaires à l'importation au Maroc

*Livraison au Maroc de chaudières métalliques (nomenclature : 8302101000) : les droits de douane de base sont de 17,5%. Dans cet exemple, les droits tarifaires ont beaucoup évolué depuis 1 an : les DI qui étaient de 10% en 2012 avec la Turquie, ont été ramenés à 3,5%.*

Pays origine	DI (%)	TPI (%)	Taxe unique (%)
ALGÉRIE	0	0	---
QUAD AGADIR	0	0	---
E.A.U.	0	0	---
AELE	2,5	[*]	---
JORDANIE	0	0	---
TUNISIE	0	0	17,5
TURQUIE	10,0	[*]	---
U.E.	2,5	[*]	---
U.S.A.	10,8	[*]	---

SOURCE DOUANES MAROCAINES

DI : Droits d'importation : 17,5%

TPI : Taxe Parafiscale à l'Importation : 0,25% (taux normal)

TVA import : 20% (taux normal)

# Renseignement Tarifaire Contraignant (RTC)

Afin d'aider les opérateurs économiques à obtenir le classement tarifaire correct des marchandises qu'ils comptent importer ou exporter, la Communauté européenne a créé un système de renseignement tarifaire contraignant (RTC). Il est délivré par les autorités douanières des États membres aux opérateurs économiques qui en font la demande et est valable dans toute la Communauté, quel que soit l'État membre qui l'a émis pour une période généralement de 6 ans.

## Principal avantage du RTC

La sécurité juridique en ce qui concerne le classement tarifaire, élément important étant donné que l'espèce tarifaire conditionne le taux des droits de douane, l'octroi de restitutions à l'exportation et l'application d'autres dispositions juridiques connexes (certificats d'importation/d'exportation, par exemple).

À l'export, même s'il n'est pas directement opposable aux administrations douanières des pays tiers, il constitue une aide précieuse en cas de contestation de l'espèce déclarée. Il ne peut être demandé que pour des marchandises pour lesquelles vous n'avez pas encore établi de déclaration en douane, mais en aucun cas pour des marchandises que vous avez déjà déclarées ou qui sont en cours de dédouanement.

Tous les RTC émis par les autorités douanières nationales sont introduits dans la base de données européenne des renseignements tarifaires contraignants gérée par la Commission européenne (EBTIdata-base).

## Procédure RTC en Belgique

Un renseignement tarifaire contraignant peut être introduit à la cellule RTC de l'Administration centrale des douanes et accises à Bruxelles.

La cellule RTC a pour objectif de traiter toutes les demandes de RTC dans le délai d'un mois à partir de la date de réception de la demande. Au cas où ce délai ne pourrait pas être respecté, le demandeur en est averti.

### Il sera important de :

- formuler une demande distincte pour chaque produit identifié par son nom et sa référence commerciale ;
- l'établir en deux exemplaires sur un formulaire de renseignement tarifaire contraignant (RTC) ou en ligne sur le site ;
- l'accompagner de toute la documentation utile (catalogue, plans, dessins, croquis, prospectus commerciaux ou photos, etc.) ;
- y joindre, le cas échéant, des échantillons et quantités suffisantes pour permettre l'analyse ou l'examen éventuel par le service des douanes (voyez le formulaire).

Le formulaire de demande dûment complété et signé sera introduit auprès des Directions régionales des douanes et accises (service renseignements).

En principe, un RTC est gratuit mais des frais peuvent être portés en compte au cas où l'Administration des douanes, sur requête du demandeur, doit exécuter des analyses en laboratoire.

Vous trouverez plus de renseignements au sujet du RTC sur le portail belge des douanes : <http://fiscus.fgov.be/interfdanl/tr/index.htm>

# Les formalités douanières

## Par qui ?

■ Votre entreprise elle-même, bien entendu mais trouver la réglementation douanière applicable n'est pas toujours chose simple, malgré les efforts de l'administration des douanes, elle reste souvent quelque peu hermétique pour le non spécialiste.

■ L'agent en douane agréé qualifié et autorisé à les accomplir pour votre compte. Lorsque « l'activité douane » de l'entreprise ou du déclarant est importante, les procédures douanières domiciliées et simplifiées apportent gain de temps et surtout facilitent le transport par un contrôle au lieu de chargement ou de livraison.

## Comment ?

### Le DAU (Document Administratif Unique)

Depuis le 1er janvier 2007, le DAU a adopté un nouveau format, plus simple et harmonisé avec l'ensemble des états membres. format papier ou électronique, les données déclaratives sont identiques et sa présentation est uniforme pour tous les Etats membres (liasse constituée de huit exemplaires).

### A l'exportation

■ Exemple n° 1 : conservé par le bureau de douane de départ, il sert à l'accomplissement des formalités d'exportation ou de réexportation et le cas échéant d'expédition ou de réexpédition,

■ Exemple n° 2 : utilisé à des fins statistiques,

■ Exemple n° 3 : remis au déclarant, exportateur (ou expéditeur), après visa par le service des douanes (votre justificatif fiscal)

### Points importants pour une correcte mise en œuvre de la procédure :

■ apporter un soin tout particulier au remplissage de la case 29 du DAU (bureau de sortie) car c'est l'introduction de cette donnée dans le système de dédouanement qui conditionne le circuit du flux informatique ;

■ dès l'obtention de la mainlevée de la marchandise pour l'exportation (dans PLDA), imprimer le document d'accompagnement EAD comportant un n° de

MRN ainsi qu'un code à barres ; ce document papier sera présenté au bureau de douane de sortie en vue de la constatation de la sortie effective des marchandises du territoire douanier de la Communauté.

En vue de l'obtention du droit à exonération de la TVA à l'exportation, le visa du document papier (exemplaire n°3 du DAU) par le bureau de sortie de l'Union européenne est remplacé par la mise à disposition chez l'exportateur ou son déclarant, d'un message électronique de certification de sortie de l'Union européenne. Ce message est consultable en case 54 du DAU disponible sous format pdf. En effet, la procédure PLDA (« Paper Less ») est utilisée pour, depuis quelques années, l'exportation et pour les importations de biens, le papier est encore parfois admis, mais la procédure PLDA doit en principe être utilisée.

### A l'importation

■ Exemple n° 6 : utilisé pour l'accomplissement des formalités douanières d'importation, de réimportation (échanges avec les pays tiers), ou, le cas échéant, d'introduction ou de réintroduction (échanges avec les DOM ou les îles Canaries par exemple), exemple n° 7 : utilisé à des fins statistiques,

■ Exemple n° 8 : remis au déclarant, importateur (ou destinataire) après visa du service des douanes. c'est votre justificatif fiscal : le calcul des droits et taxes et le montant à acquitter par l'opérateur sont mentionnés sur ce document

**A noter :** en ce qui concerne les autorisations de procédures simplifiées de domiciliation (importation/exportation) et d'expéditeur/destinataire agréés (transit communautaire/ commun), les codes existants sont adaptés et de nouveaux codes sont introduits à partir du 1er octobre 2013.

A partir de cette date, le numéro d'agrément ne peut plus être utilisé après le(s) code(s) prévu(s) à mentionner en case 44.

Vous trouverez plus d'informations concernant le lien entre le Document Unique et la banque de données des autorisations MASP pour la procédure de domiciliation et l'allègement du transit, ainsi que les

directives concernant l'utilisation des codes pour les autorisations de procédures simplifiées de domiciliation (importation/exportation) et d'expéditeur/destinataire agréés (transit communautaire/commun), sur le lien :

<http://fiscus.fgov.be/interfdanl/fr/dau/documentation.htm>

## Procédure PLDA : l'informatisation des déclarations en douane

### Qu'est-ce que la procédure «PLDA» ?

“Paperless Douanes et Accises” est l'application pour l'introduction et le traitement électronique des déclarations douanières. Elle remplace le SADBEL (système actuel). Pour l'introduction des déclarations, PLDA offre deux possibilités :

**1. PLDA-Web :** une application web, mise à disposition des entreprises par l'Administration des douanes et accises pour l'introduction des déclarations douanières et accisiennes. Vous devrez aussi avoir besoin d'une carte d'identité électronique ou d'un certificat électronique classe 3 afin de vous identifier dans le système.

**2. PLDA-EDI :** une application permettant d'introduire les déclarations douanières et accisiennes de manière électronique par le biais d'un avis EDI (avis EDIFACT ou XML) envoyé par votre système informatique au système des douanes et accises. Pour ce faire, un nombre de solutions sont offertes par les fournisseurs de logiciels («Softwareproviders»).

La dématérialisation des déclarations d'exportation permet de réduire le délai d'attente des moyens de transport par l'immédiateté de la transmission, l'automatisation des contrôles de recevabilité de la déclaration mais pas seulement. Cet outil informatisé est fondé sur la déclaration papier DAU. Le DAU est la matrice incluant toutes les rubriques nécessaires à l'exportation, l'importation et au transport sous douane.



CHIR - UNION EUROPEENNE

### “Paperless Douanes et Accises” sont-ils obligatoires ?

En ce qui concerne les agences en douane qui sont déjà obligées d'utiliser SADBEL, l'utilisation du “Paperless Douanes et Accises” sera également obligatoire pour l'introduction des déclarations douanières sur le Document Unique. Etant donné que les douanes et accises mettent une application Web à disposition pour l'introduction des déclarations, aucune exception ne sera dorénavant plus permise en la matière. Ainsi, l'argument selon lequel l'introduction électronique des déclarations exige un investissement non proportionnel au nombre de déclarations introduites n'est plus applicable.

L'obligation d'introduire de manière électronique la déclaration sommaire dans les bureaux de douane où la comptabilité de marchandises est d'application, subsiste toujours et sera reprise par “Paperless Douanes et Accises” à partir du mois de novembre 2006.

Il est également rappelé que l'utilisation du NCTS ou des “Paperless Douanes et Accises” pour l'introduction des déclarations de transit sur le document unique est obligatoire et restera obligatoire. Dans tous les autres cas, l'introduction électronique de déclarations n'est pas encore obligatoire. Les modifications au code communautaire des douanes ont pour conséquence que l'introduction électronique sera aussi obligatoire pour ce type de déclarations dès le 01/07/2009.

●●● Où ?

**La règle :** en frontière auprès d'un bureau de douane. possibilité de dédouaner auprès d'un bureau de douane à l'intérieur de l'U.E. Dans ce cas, un transit est nécessaire depuis la frontière de l'U.E.

**Autre possibilité :** dédouaner directement dans l'entreprise. Dans ce cas, un transit est également nécessaire.

**PDD : Procédure de Dédouanement à Domicile**

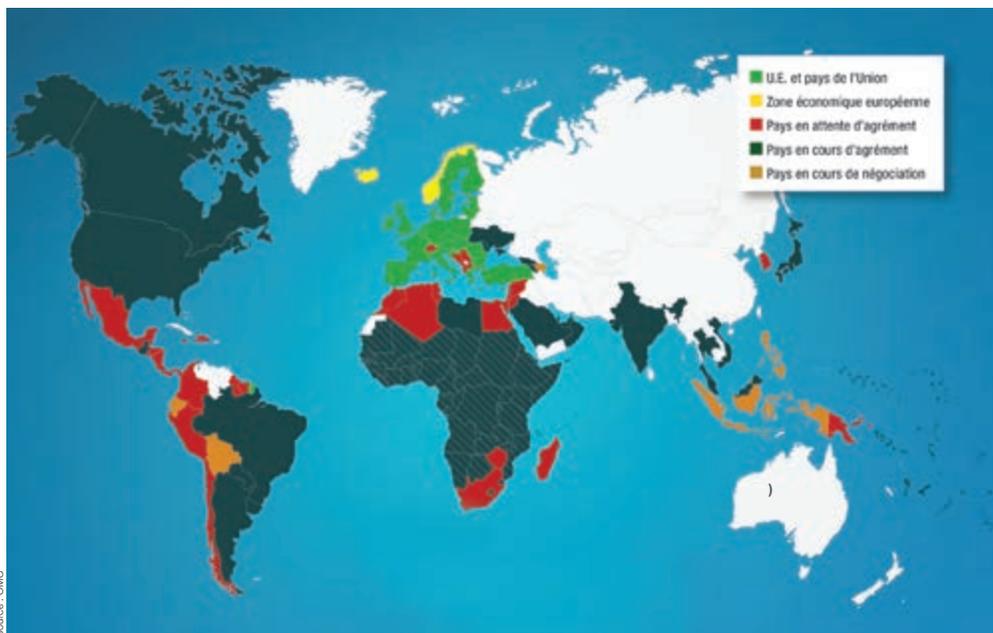
**Son but :** déchargement immédiat (ou après délai d'attente convenu avec le bureau de douanes) des marchandises sur moyens de transport non scellés, 24h sur 24, 7 jours sur 7, sans information préalable du service des douanes. Le dédouanement des marchandises a lieu directement dans les locaux de l'entreprise, sans passage par le bureau de douane. Toutes les opérations sont traitées par le bureau de douane le plus proche de l'entreprise, également appelé bureau de domiciliation.

Pour les envois scellés, l'importateur pourra, sous conditions et sur autorisation préalable de la douane, décharger immédiatement l'envoi.

**Elle concerne :** toutes les marchandises pour lesquelles il n'existe aucune réglementation restrictive sous tous les régimes douaniers y compris les régimes économiques.

**La PDU, procédure de dédouanement à domicile avec domiciliation unique**

Cette procédure s'adresse aux entreprises qui ont un grand nombre de sites recourant à des PDD ; elle leur permet de centraliser leurs formalités de dédouanement auprès d'un bureau de domiciliation unique, qui transmet en temps réel les informations aux bureaux de rattachement.



Source : OMC

Accords récemment entrés en vigueur : Corée du Sud, Pérou, Colombie, Amérique centrale

Accords en cours de négociation : Asie du Sud Est : Singapour, Malaisie, Vietnam, Thaïlande, Partenariat oriental, Canada, Inde, Mercosur, MENA, Japon, Etats-Unis.

**À noter**

même si votre société est établie dans un autre état membre de l'Union européenne, vous pouvez également solliciter le bénéfice de la PDUC, sous réserve, si besoin est, de vous identifier en Belgique auprès du bureau compétent.

**SASP - Autorisation unique pour les procédures simplifiées (Dédouanement centralisé)**

Equivalent européen de la PDU, elle est également appelée Autorisation Unique Communautaire «AUC» ou en anglais : single Authorization for simplified procedure «sAsp».

L'Autorisation Unique pour les procédures simplifiées offre aux opérateurs économiques la possibilité d'utiliser dans l'État membre où ils sont établis la procédure de domiciliation ou la procédure de déclaration simplifiée pour les formalités douanières liées à leurs opérations d'importation/exportation, quel que soit le lieu où se déroulent ces opérations dans la Communauté. Un transfert des marchandises vers la localisation autorisée est alors possible; par la suite une déclaration périodique complémentaire est alors requise.

**Attention :** le paiement de la TVA, et des autres taxes fiscales, s'effectue toujours auprès de chaque état membre, dans l'attente d'un accord au sein de l'Union européenne. La transmission des données statistiques dans chaque état membre demeure inchangée.

**Bon à savoir**

**Le transit permet de transporter des marchandises d'un bureau de douane de départ à un bureau de destination en suspension de droits, de taxes et de mesures de contrôle du commerce extérieur à l'importation dans les bureaux de transit.**

La déclaration en douane peut être effectuée non pas à la frontière mais dans un bureau intérieur : le transit permet alors de couvrir les marchandises, qu'elles soient en partance ou en provenance de l'étranger, pendant leur trajet entre ce bureau intérieur et la frontière ou éventuellement entre deux bureaux intérieurs, des marchandises en provenance et à destination d'un pays hors UE peuvent également, sous ce régime, traverser le territoire douanier européen de part en part sans payer de droit d'entrée.

Le régime douanier de transit communautaire externe (T1) s'applique principalement à la circulation de marchandises non communautaires. Il suspend les droits et autres taxes applicables jusqu'à ce que les marchandises parviennent à leur destination dans la Communauté

Le régime douanier de transit communautaire interne (T2) s'applique aux marchandises communautaires qui sont expédiées d'un point à un autre du territoire douanier de la Communauté avec emprunt du territoire d'un ou de plusieurs pays de l'AELE, la Croatie et la Turquie, en application de la convention relative à un régime de transit commun.

Il existe une variante T2F (pour la circulation de marchandises communautaires qui sont expédiées en provenance, vers ou entre des zones défiscalisées du territoire douanier de la Communauté., les DOM par exemple).

Enregistrement d'un opérateur dans l'UE  
L'authentification des messages de dédouanement se fait par :

- un déclarant : PDG ou gérant d'une entreprise, délégation de signature à un(e) ou plusieurs salarié(es) via une procuration en douane
- Ou
- un représentant via un mandat pour :
  - une représentation directe : le représentant agit au nom et pour compte d'autrui
  - une représentation indirecte : le représentant agit en son nom mais pour compte d'autrui.

# Les obligations déclaratives intra communautaires

Le commerce des biens communautaires entre États membres de l'UE s'effectue en exonération des droits de douane et sans formalité douanière. La déclaration Intrastat est la déclaration légale obligatoire des mouvements de marchandises entre la Belgique et les autres États membres de l'Union européenne. Les marchandises qui pénètrent sur le territoire belge en provenance d'autres États membres de l'UE sont appelées arrivées, les marchandises qui quittent le territoire belge à destination d'autres États membres de l'UE sont appelées expéditions. Les entreprises belges sont tenues de déclarer ses mouvements de biens à la Banque nationale de Belgique (la BNB).

## Qui est redevable de déclaration et pour quel flux de marchandises ?

Une entreprise, dont la valeur annuelle des arrivées est égale ou supérieure à 700 000 €, est redevable de déclaration pour les arrivées. Une entreprise, dont la valeur annuelle des expéditions est égale ou supérieure à 1 000 000 €, est redevable de déclaration pour les expéditions. Une entreprise peut donc être redevable pour aucun, un ou pour les deux flux de marchandises.

**Le genre de déclaration dépend du montant du flux de marchandises concerné. Introduction**

Arrivées	Niveau d'obligation
Égal ou supérieur à 700 000 € et inférieur à 25 000 000 €	Déclaration standard
Inférieur à € 700 000	Pas de déclaration
Égal ou supérieur à 25 000 000 €	Déclaration étendue
Expédition	Niveau d'obligation
Égal ou supérieur à 1 000 000 € et inférieur à 25 000 000 €	Déclaration standard
En dessous de 1.000.000 €	Pas de déclaration
Égal ou supérieur à 25 000 000 €	Déclaration étendue

## Quand - Périodicité et date de rentrée de la déclaration

La déclaration Intrastat est mensuelle. Elle doit nous parvenir au plus tard le 20 du mois suivant le mois sous revue. Cette règle est également applicable pour la déclaration occasionnelle, elle doit nous parvenir

pour le 20 du mois suivant le mois durant lequel la transaction occasionnelle s'est déroulée.

## Quand commencer à déclarer? Immédiatement

### A l'arrivée :

les entreprises dont les arrivées dépassent, au cours de l'année x, un total de 700 000 €, deviennent déclarantes pour ces mouvements de biens à partir du mois où ce seuil a été dépassé. Ces entreprises doivent continuer à remplir une déclaration pour les arrivées jusqu'à la fin de l'année x+1.

### A l'expédition :

les entreprises dont les expéditions dépassent, au cours de l'année x, un total de 1 000 000 €, deviennent déclarantes pour ces mouvements de biens à partir du mois où ce seuil a été dépassé. Ces entreprises doivent continuer à remplir une déclaration pour les expéditions jusqu'à la fin de l'année x+1.

De manière générale, les déclarants occasionnels doivent déclarer leur transaction occasionnelle quand celle-ci se présente. Pour les entreprises qui reprennent l'activité d'une autre entreprise redevable de déclaration Intrastat, elles doivent commencer à déclarer immédiatement. En réalité, elles «héritent» de l'obligation de déclaration de l'entreprise reprise.

## Comment déclarer ?

L'utilisation des possibilités de déclaration électronique est fortement recommandée pour la confection et l'envoi des déclarations Intrastat. Le transfert par voie électronique est obligatoire pour les déclarations de plus de 15 lignes!

# dans les échanges

## Déclarer électroniquement peut se faire de manières suivantes :

### 1. Le logiciel IDEP (Intrastat Data Entry Package) de la BNB sur <http://www.intrastat.be> (gratuit).

Ce logiciel contient une série de fonctions utiles qui facilitent l'établissement de la déclaration aussi bien aux petits déclarants qu'aux déclarants de plus de mille transactions. Ce logiciel IDEP peut être couplé à un propre logiciel, aux logiciels comptables ou administratifs.

IDEP contrôle et valide les données et les envoie ensuite sous fichier conforme à la BNB. Un exemple d'écran d'une ligne de déclaration dans le logiciel IDEP peut être consulté sur le site de la BNB.

### 2. Le formulaire Web de la BNB sur <http://www.nbb.be/onegate> (gratuit).

La Banque nationale de Belgique offre la possibilité d'encoder immédiatement la déclaration intrastat à l'aide d'un formulaire électronique sur Internet. Ce service est surtout destiné aux déclarants qui ont un nombre limité de transactions par mois. Le formulaire web Intrastat fait partie du OneGate et est accessible après obtention d'un nom d'utilisateur et d'un mot de passe ou au moyen d'un certificat électronique.

Si vous disposez déjà d'un code d'accès pour d'autres enquêtes (Balance des paiements, FSMA, ...), vous pouvez également l'utiliser pour Intrastat. Vous trouverez plus d'informations sur l'accès au OneGate sous le titre FAQ sur <http://www.nbb.be/onegate> ou auprès du helpdesk Access OneGate (02/221.49.39 ou [access.onegate@nbb.be](mailto:access.onegate@nbb.be)).

### 3. Les fichiers électroniques conformes à nos exigences

On peut trouver les exigences formelles imposées sur <http://www.intrastat.be>, onglet «Déclarations» dans le document «Info déclaration électronique». La plupart des logiciels comptables commerciaux et administratifs peuvent préparer ce genre de fichiers. S'il le souhaite, le déclarant peut également préparer ces fichiers à l'aide d'un logiciel propre. Les fichiers de déclaration (IDEP ou autres logiciels) peuvent être envoyés à la BNB via e-mail ([intrastat@nbb.be](mailto:intrastat@nbb.be)).



COURTESY : UNION EUROPÉENNE

Vous trouverez plus d'informations au sujet de la manière de déclarer électroniquement sur le site <http://www.intrastat.be>. Vous pouvez également vous informer directement auprès du "helpdesk" : tél. + 32 2 221 44 33, fax: + 32 2 221 32 99, e-mail: [idep@nbb.be](mailto:idep@nbb.be).

## Que faut-il ou ne faut-il pas déclarer ?

La statistique du commerce intracommunautaire "mesure" les mouvements de marchandises en libre circulation entre les États membres de L'Union européenne, c'est-à-dire chaque fois que des marchandises entrent en territoire belge venant d'autres États membres ou partent vers d'autres États membres.

En pratique, cela signifie l'établissement d'une déclaration pour le flux de marchandises entrant (arrivées) ou pour le flux de marchandises sortant (expéditions), des transactions suivantes:

1. **les transactions commerciales pures de marchandises** qui changent de propriétaire destinées à l'utilisation, à la consommation, aux investissements ou à la revente ;
2. **les déplacements de marchandises**, d'un État membre vers un autre État membre sans changement de propriété (ex.: déplacement de stock, les mouvements de marchandises «en vue» et «après» un travail à façon, les mouvements de marchandises après un entretien ou une réparation ...);
3. **les retours** de marchandises;
4. **quelques mouvements spéciaux** de marchandises.

## Il ne doit pas y avoir de déclaration pour :

1. les transactions de service pur;
2. quelques déplacements temporaires de marchandises et des exceptions qui ne sont pas considérées comme une transaction commerciale (voir «Mouvements de marchandises exclus des déclarations» dans le «MANUEL INTRASTAT PARTIE II - EXTENSION»);
3. les mouvements de marchandises en vue d'un entretien ou d'une réparation (uniquement une déclaration pour le service);
4. les transactions sans mouvement de marchandises en Belgique (exemple: le commerce triangulaire entre

trois États membres de l'UE dans lequel l'entreprise située en Belgique joue le rôle d'intermédiaire).

## Données à fournir dans la déclaration Intrastat ?

L'entreprise doit reprendre une multitude d'informations concernant les mouvements physiques des biens au sein de l'Union européenne. A ce sujet, il est plus pratique et efficace de vous renvoyer au point 7 et suivants de la notice explicative que vous trouverez directement sur :

[http://www.nbb.be/doc/DQ/f\\_pdf\\_ex/basis2013fr.pdf](http://www.nbb.be/doc/DQ/f_pdf_ex/basis2013fr.pdf)



Crédit: Sylvain Etieb / Chasse Export magazine

# Relevé des opérations intracommunautaires

Depuis le 1er janvier 2010, un assujetti établi en Belgique qui vend des prestations de services vers un client établi dans un autre état membre de la Communauté européenne, doit transmettre à l'administration de la TVA un relevé à la TVA des opérations intracommunautaires.

Le relevé des opérations intracommunautaires présente les caractéristiques suivantes :

### Champ d'application

Les prestations à déclarer sont celles qui donneront lieu à l'autoliquidation de la TVA par le preneur assujetti établi dans l'autre état membre, en application de l'article 196 de la directive 2006/112/CE.

### Contenu de la déclaration

L'opérateur doit indiquer, pour chaque ligne, le montant HTVA des prestations fournies à un même preneur, le numéro de TVA de ce dernier ; le code S dans la colonne 'code'. Les opérations doivent être déclarées dès le premier euro.

### Périodicité et date limite de dépôt

La période de référence est le mois au cours duquel la TVA est devenue exigible (ou dans certains cas le trimestre) et le relevé des opérations intracommunautaires

doit être déposé au plus tard le vingtième jour ouvrable du mois qui suit (ou du trimestre écoulé).

### Modalités de transmission du relevé

Le relevé doit être déposé, en principe, électroniquement via intervat ou, dans certaines situations exceptionnelles, sur support papier.

### La colonne période

La colonne "période" ne doit pas être utilisée sauf lorsque l'assujetti procède à des corrections. Dans ce cas, il devra indiquer dans cette colonne la période à laquelle se rapporte la correction.

Vous aurez accès au formulaire électronique sur <http://minfin.fgov.be/portail2/fr/e-services/intervat/>

## Principe de l'autoliquidation de la TVA sur les acquisitions intracommunautaires :

Les cases suivantes de la déclaration à la TVA seront complétées pour les opérations d'acquisitions intracommunautaires réalisées en Belgique :

- case 81/ou 82/ou 83 : montant HTVA des biens acquis en intracommunautaire
- et case 86 : montant HTVA des biens acquis en intracommunautaire
- case 55 : montant de la TVA due sur l'acquisition intracommunautaire
- et case 59 : montant de la TVA déductible sur l'acquisition intracommunautaire en fonction du droit à déduction de l'entreprise (ex. assujetti mixte).

Un exemple ci-après du formulaire de déclaration à la TVA belge

REVENUEMENTS GÉNÉRAUX		NOM ET ADRESSE DU DÉCLARANT :		PÉRIODE :	
		Nom et adresse du déclarant :		Période :	
		N° TVA du déclarant :		Mois <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
		<b>B E 0</b>		Trimestre <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
				Demande de restitution <input type="checkbox"/>	
				Demande de formulaires de paiement <input type="checkbox"/>	
OPÉRATIONS À LA SORTIE		<b>A. Opérations soumises à un régime particulier</b>		<b>00</b>	
		<b>B. Opérations pour lesquelles la TVA est due par le déclarant :</b>			
		- au taux de 6 p.c.		01	
		- au taux de 12 p.c.		02	
		- au taux de 21 p.c.		03	
		<b>C. Services pour lesquels la TVA étrangère est due par le cocontractant</b>		<b>44</b>	
		<b>D. Opérations pour lesquelles la TVA est due par le cocontractant</b>		<b>45</b>	
		<b>E. Livraisons intracommunautaires exemptées effectuées en Belgique et ventes ABC</b>		<b>46</b>	
		<b>F. Autres opérations exemptées et autres opérations effectuées à l'étranger</b>		<b>47</b>	
OPÉRATIONS À L'ENTRÉE		<b>G. Montant des notes de crédit déduites et de corrections négatives :</b>			
		- relatif aux opérations inscrites en grilles 44 et 45		48	
		- relatif aux autres opérations du cadre II		49	
OPÉRATIONS À L'ENTRÉE		<b>A. Montant des opérations à l'entrée compte tenu des notes de crédit reçues et autres corrections :</b>			
		- marchandises, matières premières et matières auxiliaires		81	
		- services et biens divers		82	
		- biens d'investissement		83	
		<b>B. Montant des notes de crédit reçues et des corrections négatives :</b>			
		- relatif aux opérations inscrites en grilles 81 et 82		84	
		- relatif aux autres opérations du cadre III		85	
		<b>C. Acquisitions intracommunautaires effectuées en Belgique et ventes ABC</b>		<b>86</b>	
		<b>D. Autres opérations à l'entrée pour lesquelles la TVA est due par le déclarant</b>		<b>87</b>	
OPÉRATIONS À L'ENTRÉE		<b>E. Services intracommunautaires avec report de perception</b>		<b>88</b>	

# Exportateur agréé

La douane apporte son soutien à l'opérateur pour remplir sa déclaration préalable d'origine (DPO). Le statut d'exportateur agréé constitue un enjeu important pour les entreprises qui leur permet d'améliorer leur compétitivité à l'exportation.

## Un opérateur doit prendre le statut d'exportateur agréé (EA) :

- quand il exporte vers un pays avec lequel l'Union européenne entretient des relations préférentielles (ALE) ;
- s'il effectue des envois supérieurs à 6 000 € ;
- s'il bénéficie d'un avantage tarifaire sur le couple produit / pays pour son client à destination ou s'il a besoin de justifier de l'origine UE des matières qu'il exporte dans le cadre d'un cumul.

Si l'opérateur effectue des envois inférieurs à 6 000 € ou ne bénéficie d'aucun avantage tarifaire ou de cumul, le statut d'EA n'est pas indispensable.

A la différence de l'EURI qui nécessite de faire viser au coup-par-coup le document par la douane, l'EA n'a pas à se déplacer au bureau quand il émet une déclaration d'origine sur facture. Il doit fournir les mêmes données et détenir les mêmes justificatifs que pour établir un certificat EURI. A la différence de l'EURI, qui n'est valable que pour une seule exportation, la DPO couvre toutes les opérations d'exportation à venir des produits et des pays mentionnés dans la DPO de demande de statut d'EA. Il ne s'agit pas d'un audit mais d'un conseil personnalisé du bureau de douane (bureau principal-pôle gestion procédure) ou du Pôle Action économique territorialement compétent.

## Avantages du statut:

### Simplification :

Suppression de l'EURI remplacé par une DOF (Déclaration d'Origine sur Facture).

### Sécurisation juridique et commerciale, dématérialisation :

L'exportateur doit déposer une déclaration préalable d'origine (DPO) qui, elle, sera valable pour toutes les exportations à venir et qui permet à l'EA d'établir une DOF (sur facture ou sur tout autre document commercial).

### Cette DPO comportera :

Le code produit (numéro SH), vérifié si besoin est, par une RTC des couples pays / produits concernés, le régime douanier de fabrication, la sécurisation des opérations par les gestions des DEF (*Déclarations du fournisseur*).

Ce statut est d'ores et déjà obligatoire dans le cadre des échanges avec la Corée du Sud (pour les sociétés qui n'auraient pas eu le temps d'obtenir le statut d'EA avant le 01/07/2011, la DOF peut être déposée dans l'Union européenne deux ans après l'exportation).

Le statut d'exportateur agréé peut être demandé à la direction régionale de laquelle dépend l'entreprise.

## De manière générale, des informations peuvent être demandées auprès :

### Service public fédéral finance

Administration centrale des douanes et accises  
Services des procédures douanières - Direction 9  
North Galaxy Tour A (NG A9)  
Boulevard du Roi Albert II, 33, boîte 37  
1030 Bruxelles Belgique  
[info.douane@minfin.fed.be](mailto:info.douane@minfin.fed.be)

### Ne pas confondre : Identifiant TVA, EORI, EA, OEA

#### Identifiant TVA

BE + 10 chiffres (= le « 0 » + numéro d'entreprise)  
Utilisé dans le cadre des échanges intracommunautaires de biens et de services

#### EORI (Economic Operator Registration and Identification)

numéro EORI (numéro BE activé en EORI dans la base de données) : chaque société qui travaille avec les pays tiers utilise ce numéro dans le cadre des déclarations en douane

#### EA (exportateur agréé)

BE000000/0000  
BE code Europa du bureau principal à 6 chiffres/numéro à 4 chiffres attribué par ce bureau suite à une DPO de l'entreprise.

#### OEA (opérateur économique agréé)

Statut matérialisé par un certificat accordé au terme d'une procédure d'auto-évaluation de la société et d'audits de la douane.

# OEA de quoi parle-t-on ?

Depuis le 1er janvier 2008, la douane propose aux entreprises un partenariat actif grâce à la mise en place du statut spécifique d'Opérateur Economique Agréé (OEA).

Proche d'un « **label de qualité** » délivré par l'administration des douanes, **ce statut donne à l'entreprise un accès facilité à de nombreuses simplifications douanières**, avec pour seule contrepartie la fiabilité de la société, en termes notamment de sécurité de toute sa chaîne logistique, de solvabilité financière, et d'absence d'antécédents en matière de respect de la réglementation. Ce dispositif doit permettre de renforcer le niveau de protection offert par les contrôles douaniers pour des marchandises entrant ou sortant du territoire douanier de l'Union européenne.

A terme, il peut générer un net avantage commercial pour l'entreprise. Dans les pays ayant instauré des mesures de contrôle sûreté – sécurité à l'entrée de leur territoire national – la qualité d'OEA est progressivement prise en compte.

## Trois niveaux de certification OEA

**OEA simplification douanière (certificat D)**: facilitations douanières et contrôles réduits, le “sésame” des simplifications tant communautaires que nationales. L'opérateur économique doit se conformer aux articles 14h, 14i et 14j du Code des douanes (complété par la Réglementation 1875/2006) ;

**OEA sûreté / sécurité (certificat S)** : le principe est de vérifier auprès de l'entreprise qu'elle a sécurisé sa chaîne logistique (liens avec ses prestataires, fournisseurs... ). On est clairement dans la continuité des mesures prises post 11 septembre 2001. Les Américains ont mis en place le C-TPAT (*cf encadré*), dont le pendant européen est l'OEA. De nombreux pays (Chine, Corée du sud, Indonésie...) ont leur équivalent OEA. A moyen terme, l'avantage sera important. La commission européenne négocie actuellement des accords de reconnaissance mutuelle avec chacun de ces pays. Une fois ces accords conclus, les détenteurs du statut bénéficieront de facilités avec les douanes de ces pays. L'opérateur économique doit se conformer aux articles 14h, 14i (sauf 14i(c)), 14j et 14k du Code des douanes (complété par la Réglementation 1875/2006) ;

**OEA complet (certificat F)** : le plus demandé aujourd'hui (72% des demandes en Europe et en Belgique), c'est celui que la Douane recommande aux entreprises. Il couvre à la fois les besoins de simplification

douanière et les impératifs de sécurisation des flux internationaux. L'opérateur économique doit se conformer aux articles 14h, 14i, 14j et 14k du Code des douanes (complété par la Réglementation 1875/2006).

Le statut OEA est de plus en plus demandé dans les appels d'offres internationaux. Il devient donc de plus en plus incontournable, non pas d'un point de vue douanier mais d'un point de vue économique, pour rester positionné sur de nombreux marchés. Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises exportatrices belges sont potentiellement concernées par le statut OEA.

## Reconnaissance mutuelle des statuts OEA

### Reconnaissance avec les USA :

Au lendemain des attentats du 11 septembre 2001, les Américains ont mis en place le Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT) qui est un programme de partenariat avec les entreprises visant à fiabiliser au plan de la sûreté/sécurité les entreprises impliquées dans les flux entrants aux Etats-Unis. Le C-TPAT fait partie d'un ensemble de mesures de sécurisation de la chaîne logistique dont l'une des dernières vise à établir le “100% scanning” sur les marchandises entrants sur le territoire américain. Tel est en effet l'objectif fixé par les autorités américaines et que celles-ci veulent imposer à l'Europe où l'approche du contrôle douanier est davantage “ciblée”.

La reconnaissance mutuelle de l'OEA et du C-TPAT a été officialisée au Journal officiel de l'Union européenne n° L 144 du 5 juin 2012.

### Autres accords de reconnaissance signés :

- Reconnaissance avec la Norvège et la Suisse en 2011
- Reconnaissance signée avec le Japon en 2010

### Accords de reconnaissance en cours :

L'Union européenne souhaite augmenter le nombre d'accords de reconnaissance mutuelle. Un accord avec la Chine est à l'étude.

**Attention** il n'est pas rare de voir des appels d'offres américains qui exigent des entreprises qu'elles aient à la fois le statut d'OEA et C-TPAT.

## U.E. : les déclarations sûreté/sécurité

Depuis le 1er janvier 2011, tous les opérateurs participant à des transactions douanières ou à des opérations de logistique internationale fournissent aux autorités douanières de l'UE des données relatives à la sûreté et à la sécurité au moyen de déclarations électroniques avant que les marchandises n'entrent dans l'Union ou n'en sortent (prearrival and predeparture declarations), (Cf ICS/ECS). Diffuser et collecter des informations pertinentes devient une nouvelle obligation...

Initialement prévu au 1er juillet 2009, ICS est entré en vigueur le 1er janvier 2011. Il s'agit d'une nouvelle déclaration préalable de sûreté-sécurité adressée par voie électronique aux douanes nationales du premier point d'entrée touché par un moyen de transport important des marchandises dans l'UE. Qui déclare ? Quand ? Quelles informations ? Comment ? Quelle est la responsabilité du déclarant ?

### Le principe d'ICS (Import control system)

Le principe d'ICS est de rassembler des informations à la fois logistiques et commerciales dans une déclaration sommaire de sûreté-sécurité (ENS – Entry Summary Declaration) envoyée par message électronique à la douane dans un délai compris entre 1 heure avant l'entrée dans l'Union européenne (camion) et 24 heures avant le chargement (conteneur maritime longue distance). Avec ICS, on est dans l'information préalable de l'administration des douanes par les opérateurs économiques.

### Marchandises concernées par les règles de sécurité dans l'UE depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011

Toutes les marchandises introduites sur le territoire douanier de la Communauté directement ou via la Norvège ou la Suisse, quelle que soit leur destination finale y compris le fret restant à bord. Toutes les marchandises qui quittent le territoire douanier de la Communauté directement ou via la Norvège ou la Suisse, quelle que soit leur destination finale.

#### Exceptions :

- L'énergie électrique
- Les marchandises circulant par canalisation
- Les lettres, cartes postales et imprimés, y compris sur support électronique
- Les marchandises circulant sous le couvert des règles de l'Union postale universelle
- Les marchandises couvertes par des carnets ATA
- Les marchandises contenues dans les bagages personnels des voyageurs

- Les marchandises appartenant aux corps diplomatiques et consulaires et aux missions spéciales
- Les provisions de bord en maritime s'elles font l'objet d'une déclaration à part
- Les conteneurs vides appartenant aux compagnies maritimes

#### Contexte

Au lendemain du 11 septembre 2001, les Etats-Unis ont mis en oeuvre une politique de sécurisation des flux de personnes et de marchandises entrant sur le territoire américain. Pour la partie « marchandises », l'objectif est de contrôler l'ensemble de la chaîne logistique à l'importation afin de pouvoir tracer et identifier toute marchandise pénétrant sur le territoire américain, en remontant le contrôle des informations le plus en amont dans la chaîne du transport et de la production.

Différents programmes ont ainsi vu le jour : Automated manifest system (Ams) ou règle dite des « 24 heures », container security initiative (csi) ou encore le customs Trade partnership Against Terrorism (c-TpAT). Cette exigence sécuritaire s'est très vite imposée à l'ensemble de la planète. Aujourd'hui, la plupart des pays de l'OcDe ont mis en place ou sont sur le point de mettre en place un programme de sûreté/sécurité de leur chaîne logistique. De nombreux accords de reconnaissance mutuelle sont en cours.

Elaborée en 2005 par l'Organisation mondiale des Douanes (Omd), sorte d'« ONU de la douane », le cadre de normes SAFE fixe les mesures que doivent prendre les états en matière de sécurisation de leur chaîne logistique

#### Cette norme définit trois grands axes :

- **les mesures** de pré-information des administrations douanières avant toute importation /exportation de marchandises.
- **l'analyse de risques de sûreté-sécurité** à partir de ces informations par l'administration douanière de chaque pays qui décide de déclencher ou non d'éventuels contrôles. elle peut aussi avertir le transporteur sur le dernier lieu d'embarquement de la marchandise de ne pas charger ("no load") si le risque perçu est jugé trop élevé.

Les délais d'envoi de l'ENS au premier point d'entrée dans l'Union européenne

MARITIME			AVION		FLUVIAL-FER.	ROUTE
Conteneur	Vrac	Courte distance	Vol > 4 h	Vol < 4 h		
24 heures avant chargement au port de départ	4 heures avant arrivée dans l'U.E.	2 heures avant arrivée dans premier port	4 heures avant arrivée dans l'U.E.	Au plus tard au décollage de l'avion	2 heures avant arrivée au bureau frontière de l'U.E.	1 heure avant arrivée au bureau frontière de l'U.E.

- la mise en place d'un statut d'opérateur agréé : c'est l'Opérateur économique Agréé (OeA) en europe (lire page 176).

### Les délais de déclaration à l'import :

Les délais pour envoyer la déclaration de sûreté (ENS qui contient 30 données) par la voie électronique varient en fonction du moyen de transport : le délai le plus long est de 24 heures avant le chargement dans le dernier pays tiers touché avant l'U.E. pour un conteneur longue distance en maritime (ex : Asie-europe), 4 heures pour une courte distance (ex : conteneur en provenance du maghreb). Le délai le plus court est de 1h avant l'entrée dans l'Union européenne pour un transport routier et de 30 minutes pour un transport aérien (cf tableau ci-dessus).

### Les délais de déclaration à l'export : programme ECS (Export Control System)

Le délai de dépôt des EXS est fonction du mode de transport et des distances parcourues, à titre d'exemple :

**Pour l'aérien :** 30 minutes avant le départ de l'aéroport

**Pour le maritime :** 24 heures avant le chargement sur le navire (conteneur) ou 4 heures avant le départ du port

**Par route :** 1 heure avant le départ du bureau de douane de sortie de l'UE

**Par le fer :** 2 heures avant le départ du bureau de douane de sortie



## OmniVAT

Your Business Partner

### Our expertise in

- Consultancy
- Compliance
- VAT and Customs - Audit
- Tax representation
- Incoterms
- Training

# ICS/ECS comment faire la déclaration

Export dans l'UE	Import dans l'UE
<p><b>PHASE 1 : EXPORT CONTROL SYSTEM</b></p> <p><b>1</b> – Remplissage de la déclaration en douane export contenant les messages sureté / sécurité EXS (sauf cas très particulier l'EXS est inclus dans le DAU export). L'EXS c'est 30 points de contrôle(1) De nouvelles données apparaissent dans la déclaration en douane :</p> <p>Code ONU pour les marchandises dangereuses Indicateur de circonstance spécifique (paramétrage informatique permettant d'autoriser que des rubriques ne soient pas renseignées)</p> <p>A : Envois postaux/express B : Avitaillement de navires et aéronefs C : Transport routier (import) D : transport ferroviaire (import) E : Opérateurs économiques agréés Type de paiement des frais de transport Code des pays de l'itinéraire</p> <p><b>2</b> – le déclarant ou son représentant qui émet le message EXS et l'envoi par voie électronique au bureau de douane de sortie Quand transmettre le message EXS : voir page 183</p> <p><b>3</b> – le bureau de douane de sortie fait son analyse de risque</p> <p><b>4</b> – Obtention d'un MRN</p> <p><b>5</b> – les messages EXS sont conservés 90 jours ; au delà ils passent sous statut d'ECS expiré.</p>	<p><b>PHASE 1 : IMPORT CONTROL SYSTEM</b></p> <p><b>1</b> – Envoi de l'ENS au premier point d'entrée de l'UE selon le délai requis L'ENS c'est 30 points de contrôle à renseigner. Le message ENS est envoyé au bureau de douane d'entrée sous forme de message électronique (sous la responsabilité du 1er transporteur qui introduit les marchandises sur le territoire de l'UE ou toute personne/société dûment mandatée par le transporteur). Quand transmettre le message ENS ? voir "Les délais de déclaration" page 123</p> <p><b>2</b> – Le bureau de douane d'entrée fait une analyse du risque</p> <p>Risque A : droit de chargement ou non (LOAD ou NO LOAD) Risque B : Contrôle en frontière de l'UE Risque C : Contrôle dans un autre bureau de douane Risque D : Accord pour passage à la phase</p> <p><b>3</b> – Obtention d'un MRN , numéro unique généré par le bureau de douane qui reçoit l'ENS.</p>
<p><b>PHASE 2 :</b> Suivi du statut de contrôle et bon à enlever des marchandises. Identification des bureaux de douane d'export, de sortie.</p>	<p><b>PHASE 2 :</b> Envoi de la notification d'arrivée par l'opérateur de transport. Concerne les transports maritimes et aériens uniquement. Tous les MRN contenus dans une unité de transport sont envoyés par l'opérateur de transport au premier point d'entrée de l'UE. Ce bureau d'entrée informe les bureaux de douane concernés des contrôles éventuels.</p>
<p><b>PHASE 3 :</b> Emission de l'EAD (sauf transit) et suivi du statut de justification de sortie. L'EAD ne peut être édité que si la déclaration export est en statut BAE (voir specimen). Il accompagne la marchandise jusqu'au bureau de sortie. La lecture du code MRN au bureau de sortie valide la sortie de la marchandise du territoire de l'UE. On obtient alors un message BAE SORTIE. C'est votre justificatif fiscal d'exportation</p>	<p><b>PHASE 3 :</b> Message de dédouanement e-DAU. Emission de la déclaration dématérialisée par le déclarant... ou le représentant dans le bureau de douane d'entrée (suite à un transit entre le bureau d'entrée, dans l'U.E. et le bureau de dédouanement)... ou dans les locaux de l'entreprise (dans le cas d'une PDD).</p>

BAE : Bon A Enlever EAD : Export Accompanying Document ENS : Entry Summary Declaration

EXS : Exit Summary Declaration MRN : Movement Reference Number

ATTENTION : Pour les sociétés OEA , risque de perte du statut en cas de non obtention des messages MRN (la douane n'a pas statué à ce jour)

NO-LOAD : La douane est en droit de refuser le chargement d'un conteneur. Elle peut également accepter le chargement en se réservant le droit de contrôle de la cargaison. Qui prendra ce coût supplémentaire à sa charge ?

(1) (listées dans le règlement communautaire RCE 1875/2006, annexe 30 bis, liste consultable sur <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:360:0064:0125:FR:PDF>. Le nombre et la nature des données sont variables selon le mode de transport utilisé. Il s'agit de données classiques commerciales concernant les marchandises transportées (valeur, nature, origine...) que les opérateurs du commerce international connaissent très bien. Les douanes belges demandent le socle minimal de données exigées.

# Exigences américaines en matière de sûreté

## Règle du 10 + 2

Les transporteurs et importateurs aux Etats-Unis de fret maritime doivent fournir aux douanes américaines (CBP, customs and border protection) des données supplémentaires à des fins de sûreté.

## 10 informations supplémentaires pour les importateurs

Les importateurs aux Etats-Unis doivent fournir les 10 informations supplémentaires suivantes, 24 heures au moins avant le chargement des navires à destination des Etats-Unis d'Amérique du Nord :

- nom et adresse du fabricant ou du fournisseur des marchandises importées ;
- nom et adresse du vendeur ;
- nom et adresse de l'acheteur ;
- nom et adresse de l'entité qui réceptionne les biens après procédure des douanes (« ship to party ») ;
- coordonnées du lieu d'empotage ;
- nom et adresse de l'empoteur ;
- numéro d'identification de l'importateur (importer record number) ;
- numéro(s) du ou des destinataires(s) (consignee number) ;
- pays d'origine des marchandises ;
- code de la marchandise dans le tarif harmonisé américain (HTSUS).
- plus le Bill of Lading

Depuis janvier 2010, de nouvelles exigences américaines en matière de sûreté sont appliquées pour les transporteurs et les importateurs de fret maritime aux Etats-Unis.

## Deux informations supplémentaires pour les transporteurs

Les transporteurs devront fournir ces 2 informations supplémentaires au plus tard **24 heures avant l'arrivée du navire** :

- le plan d'arrimage du navire ;
- les informations relatives au statut des conteneurs.

Source : [www.douane.gouv.fr](http://www.douane.gouv.fr)

## Mises à jour du CBP sur le programme ISF/10+2 (« importer security filing »)

Ce dispositif applicable depuis le 26 janvier 2010 devait prendre fin (après la période intérimaire) en février 2013.

Mais les autorités américaines ont constaté pendant ces 3 ans une mise en oeuvre minimaliste de la réglementation.

Elles ont donc décidé de renforcer dès **février 2013** ce dispositif par l'application de sanctions pécuniaires :

- saisie d'expéditions non conformes
- interdiction de chargement
- retard dans la libération de la marchandise
- refus de libérer la marchandise
- mise en place de dommages et intérêts :
  - 5000\$ par ISF tardive
  - 5000\$ par ISF incomplète/imprécise
  - 5000\$ pour mise à jour inexacte



## Les régimes douaniers économiques

Les régimes douaniers économiques permettent d'importer des marchandises non communautaires en suspension de droits de douane et de taxes (TVA notamment) ; de stocker, utiliser ou transformer ces marchandises « sous douane » selon les besoins propres de l'entreprise.

Ils correspondent aux trois fonctions-clés de l'entreprise : le stockage (régime de l'entrepôt), l'utilisation (régime de l'admission temporaire), et la transformation (régime du perfectionnement actif et de la transformation sous douane, à l'importation, et du perfectionnement passif, à l'exportation). La même marchandise peut être placée successivement sous plusieurs régimes douaniers économiques.

Par ailleurs, en matière de TVA, ces régimes douaniers font l'objet d'une disposition spécifique à l'article 23, §4 du Code de la TVA belge. Le texte de loi précise que l'importation a lieu seulement au moment où les biens sortent d'un des régimes douaniers économiques lorsque depuis leur entrée dans l'Union européenne, les biens ont été placés sous l'un de ces régimes. L'importation de biens a lieu dans l'état membre sur le territoire duquel le bien sort d'un de ces régimes, par une mise en consommation qui entraîne une exigibilité des droits de douanes et de la TVA.

### Le stockage

#### Régime de l'entrepôt douanier

Il vous permet de disposer en permanence d'un stock de marchandises, et de les utiliser au fur et à mesure des besoins de votre entreprise : les droits et taxes ne sont donc acquittés qu'au moment où les marchandises sortent de l'entrepôt, c'est-à-dire au moment de la mise en consommation et ce, aux taux applicables à cette date. Le stockage peut se faire en entrepôts publics, gérés par des sociétés d'entreposage, ou bien au sein des locaux privatifs de votre entreprise.

Il s'agit donc d'un gain de trésorerie important, car vous bénéficiez d'une suspension de paiement des droits de douane et de la TVA jusqu'au moment de la commercialisation de vos marchandises, la durée de stockage étant illimitée. Si les marchandises sont finalement exportées vers un pays-tiers, votre entreprise n'aura pas à acquitter de droits de douane, ni de TVA. Il s'agit d'un outil juridique extraordinaire qui vous permet d'optimiser les liquidités de votre entreprise.

### L'utilisation

#### Régime de l'admission temporaire

Il concerne les marchandises dont vous avez besoin pour essais, mise au point de matériel, exposition... Ce régime permet d'importer temporairement, en exonération totale ou partielle des droits de douane et de taxes, des marchandises tierces à l'Union européenne destinées à être réexportées en l'état et sans qu'elles soient soumises aux mesures de politiques commerciales.

Il sera dès lors primordial de bien mettre en place ce régime dès le départ dans le pays d'expédition de la marchandise et de confirmer ce régime à l'agent en douanes qui devra mettre en place l'exportation temporaire également.

### La transformation

#### Régime du perfectionnement actif

Il vous permet d'importer temporairement des marchandises tierces, en suspension de droits et taxes et des mesures de politique commerciale, et de les transformer avant de réexporter les produits finis obtenus. De plus, si votre entreprise a besoin de marchandises communautaires pour réaliser son produit, elle peut être livrée, sous certaines conditions, en exonération de TVA, puisque le produit fini a vocation à être réexporté.

Par ailleurs, le principe de la « compensation à l'équivalent » permet d'utiliser, dans le processus de fabrication, à la place de la marchandise importée, une marchandise de statut communautaire équivalente.

**Attention : seules des manipulations dites "usuelles" peuvent être autorisées sous ce régime afin d'assurer la conservation des marchandises, préserver leur qualité, améliorer leur présentation, ou bien encore leur distribution.**



Credit : Sylvain Eliez / Classe Export magazine

Vous pouvez ainsi puiser indifféremment dans les diverses sources d'approvisionnement de votre entreprise et organiser ainsi la production sur plusieurs sites répartis sur l'ensemble du territoire douanier communautaire. Il peut se combiner avec l'exportation anticipée, laquelle permet de répondre à une commande urgente d'un client tiers, sans attendre, en exportant la marchandise transformée à partir de marchandises communautaires équivalentes, avant d'importer les produits tiers normalement nécessaires.

### Régime de la transformation sous douane

Il vous permet d'importer des marchandises tierces en suspension de droits et taxes, de les transformer, puis de les dédouaner, en acquittant le montant de droits de douane dû sur les produits transformés, et non pas sur les marchandises tierces initiales. Ainsi, dès lors que le montant de droits applicables aux produits transformés est inférieur au montant de droits applicables aux marchandises d'importation, et sous certaines conditions, le régime peut être utilisé et le coût est moindre.

Le régime ne sera accordé que si l'autorité douanière peut s'assurer que les marchandises importées soient identifiables dans les produits transformés, et que l'espèce ou l'état des marchandises au moment de leur placement sous le régime ne pourra plus être économiquement rétabli après la transformation. Ce régime permet également de mettre un produit en conformité avec une norme technique contraignante avant dédouanement, facilitant ainsi l'importation de certaines marchandises sensibles.

### Régime du perfectionnement passif

Il vous permet d'exporter temporairement des marchandises communautaires, en vue de les faire ouvrir, monter, transformer ou réparer dans un pays

tiers, puis de réimporter les produits compensateurs, en exonération totale ou partielle des droits à l'importation.

Ici aussi il est primordial que vous confirmiez à l'agent en douanes et ce, au moment de l'exportation des biens que vous mettez en place ce régime dès le départ, sinon, il s'agira d'une exportation définitive qui ne permettra pas par la suite une ré-importation sans taxes... Vous voilà avertis !

### Le perfectionnement passif « réparation »

Permet de renvoyer hors de l'Union européenne des matériels en vue de leur réparation, remise en l'état, mise au point, ou de leur remplacement par un échange standard. Afin d'assouplir la gestion du régime, une forme de « compensation à l'équivalent » est également prévue, permettant une mise en œuvre de marchandises tierces, en lieu et place des marchandises exportées.

Régime du perfectionnement passif textile : ce régime particulier de perfectionnement pour le textile est destiné à permettre à l'industrie textile et d'habillement communautaire de s'adapter aux conditions de la concurrence internationale et d'octroyer ce régime aux entreprises communautaires qui fabriquent dans leur propre usine des produits similaires. Il permet un traitement plus favorable en matière de perfectionnement passif notamment en pré-imputant des contingents textiles sur des quotas supplémentaires réservés au perfectionnement passif et ainsi faciliter les formalités de réimportation. Cette réglementation se superpose à celle concernant le régime de perfectionnement passif tarifaire.

**Rappel : il ne reste des quotas textiles que pour le Bélarus et la Corée du Nord**



### ●●● Les implications en matière de TVA ?

Les différents régimes douaniers économiques expliqués ci-avant sont également visés dans la législation TVA. En effet, ces régimes ont des conséquences directes sur la TVA lors de l'introduction des marchandises en Belgique.

La législation en matière de TVA prévoit une suspension de la TVA sur les biens bénéficiant d'un régime douanier économique. En effet, compte tenu du fait que les marchandises ne sont pas considérées comme "fiscalement" importées mais sont placées sous un régime dit "suspensif", l'exigibilité de la TVA en est reportée.

**C'est précisément l'article 23, § 4 du Code de la TVA belge qui régit cette disposition particulière, à savoir :**

« Par dérogation au § 3, l'importation d'un bien visé au § 1er, 1°, est effectuée dans l'état membre sur le territoire duquel le bien sort d'un des régimes suivants, lorsque, depuis son entrée dans la Communauté, ce bien est conformément à la législation douanière :

- 1° conduit en douane et placé, le cas échéant, sous un régime de dépôt temporaire;
- 2° placé sous un régime d'importation temporaire avec franchise totale des droits à l'importation;
- 3° placé sous un régime de transit externe;
- 4° placé sous un régime de zones franches ou d'entrepôts francs;
- 5° placé sous un régime d'entrepôt douanier;
- 6° placé sous un régime de perfectionnement actif avec application du système de suspension;
- 7° placé sous un régime relatif aux biens admis dans les eaux territoriales pour les plates-formes de forage ou d'exploitation ».

Ce n'est que lorsque le bien sort d'un de ces régimes que la TVA devient exigible et ce, dans l'état membre sur le territoire duquel le bien est déclaré à la consommation. Si les biens quittent directement l'Union européenne à la sortie de l'entrepôt, aucune TVA ne devient alors exigible sur l'opération. Quelle belle optimisation fiscale n'est-ce pas !



Crédit : Sylvain Elvik / Classe Export magazine

## Le carnet ATA

Le carnet ATA est utilisé pour faciliter les échanges internationaux en simplifiant les formalités douanières tout en réduisant les coûts de ces opérations.

Il se substitue aux différents documents douaniers normalement requis pour une opération d'importation temporaire, d'exportation temporaire ou de transit et permet ainsi aux opérateurs du commerce extérieur de réaliser leurs opérations en suspensions de droits et taxes.

Le carnet ATA est un document commercial délivré par les Chambres de Commerce et d'Industrie de Belgique (moyennant paiement) et rendu valable comme document douanier par les douanes.

### Les pays et territoires acceptant les carnets ATA

Le carnet ATA est valable pendant 1 an dans plus de 70 pays, tous membres de la chaîne internationale de garantie du carnet ATA et parties à la Convention d'Istanbul relative à l'admission temporaire du 26 juin 1990, en particulier à son Annexe A concernant les documents d'admission temporaire dont le carnet ATA (signifiant Admission Temporaire/Temporary Admission).

### Où le carnet ATA est-il valable ?

Les pays où le carnet ATA est valable, sont mentionnés sur la couverture du carnet ATA.

En voici la liste : Algérie, Hong Kong, Nouvelle Zélande, Andorre, Hongrie, Norvège, Islande, Pakistan, Australie, Inde, Pologne, Autriche, Iran, Portugal, Irlande, Porto Rico, Biélorussie, Israël, Belgique, Italie, Roumanie, Botswana, Côte d'Ivoire, Russie, Bulgarie, Japon, Sénégal, Canada, Serbie, Singapour, Corée du Sud, Slovaquie, Chili, Slovaquie, Chine, Lettonie, Lituanie, Afrique du Sud, Liban, Espagne, Curaçao, Lesotho,

Sri Lanka, Croatie, Liechtenstein, Chypre, République Tchèque, Luxembourg, Swaziland, Danemark, Macédoine, Suède, Malaisie, Suisse, Estonie, Malte, Maurice, Taiwan, Finlande, Belgique, Thaïlande, Tunisie, Monaco, Turquie, Allemagne, Mongolie, Monténégro, Ukraine, Grèce, Maroc, Royaume-Uni, USA, Namibie, Pays-Bas.

### Quels sont les avantages du carnet ATA ?

Connaître à l'avance les formalités douanières sans supplément, ni garantie, hormis, le prix d'achat du carnet auprès de la CCI (en fonction de la valeur des marchandises couvertes et du nombre de pays empruntés).

Visiter plusieurs pays tiers avec un seul document douanier depuis l'exportation de Belgique jusqu'à la réimportation en Belgique (ou un autre état membre de l'UE).

- Pouvoir utiliser le même carnet ATA pour plusieurs voyages durant son année de validité
- Pouvoir revenir en Belgique avec les marchandises sans retard ni problèmes douaniers
- Echapper aux particularités douanières locales puisque les règles de l'ATA sont identiques partout

La liste de tous les pays acceptant le carnet ATA : <http://www.uscib.org/index.asp?documentID=1582>

Des renseignements complémentaires peuvent être obtenus auprès de la Fédération des Chambres de Commerce belges à Bruxelles au numéro suivant: 02/209.05.50 ou par e-mail [info@belgianchambers.be](mailto:info@belgianchambers.be).

**Le partenaire préféré  
en gestion de crédit  
de nombreux clients  
et courtiers**

 **atradius**  
managing risk, enabling trade

[www.atradius.be](http://www.atradius.be)

# L'exonération de TVA pour une importation en Belgique suivie d'une livraison dans l'UE

Vous importez des marchandises, en provenance de pays tiers à l'Union européenne, dans un port ou un aéroport belge, pour être ensuite livrées dans un autre état membre et vous ne réalisez pas d'opérations imposables à la TVA en Belgique. Les droits de douane sont payés sur la déclaration d'importation déposée au port ou à l'aéroport belge, contrairement à la TVA qui n'est pas à acquitter: l'article 40, §1er, 1°, d) du CTVA belge exonère de TVA belge les importations en Belgique de biens qui sont expédiés ou transportés en un lieu situé sur le territoire d'un autre état membre de l'Union européenne (*cf. encadré*).

## Avantages

- Formalités simplifiées, et à moindre coût.
- Pas de titre de transit NCTS à souscrire (pas de garantie à mettre en place, pas de délai de transit, ni de formalité douanière à destination, etc.).
- La marchandise circule librement vers le destinataire établi dans l'autre état membre qui la réceptionne directement dans ses locaux.
- Pas de préfinancement de la TVA à l'importation

## Conditions d'application

- L'expédition à destination de l'autre état membre doit être consécutive au dépôt de la déclaration d'importation ; En Belgique, les biens doivent être expédiés, en principe, directement après l'introduction des biens sur le territoire belge. On entend par 'directement', le délai raisonnable et nécessaire pour la logistique de transférer le bien vers un autre état membre de l'Union européenne.
- L'importateur, désigné en case 8 de la déclaration en douane, doit effectuer la livraison intracommunautaire à destination d'un acquéreur identifié à la TVA.

## Vous devez :

- Établir une déclaration en douane : Case 37 du DAU, indiquer le régime douanier 42 00 (000) - Case 44 du DAU, indiquer la mention spéciale 60 300 « exonération de la TVA, article 40, §1er, 1°, d) du CTVA belge ». Aussi, le numéro de TVA du destinataire final dans l'U.E. devra être mentionné sur le document d'importation, ou encore, le numéro de l'assujetti lui-même lorsqu'il transfère ces biens vers un stock qu'il a constitué sur le territoire d'un autre état membre. Dans ce dernier cas, l'assujetti communique aussi le numéro de TVA dont il dispose dans l'état membre de son stock de distribution.

- Déclarer le transfert de biens ou la vente des biens dans le relevé des opérations intracommunautaires de biens à déposer à l'administration de la TVA.

- Déclarer le transfert des biens dans la déclaration INTRASTAT auprès de la Banque Nationale de Belgique retraçant ainsi le mouvement intracommunautaire des biens vers l'état membre de destination.

- Emettre une facture intracommunautaire ou un transfert de biens intracommunautaire de biens, comportant votre numéro de TVA et celui de l'acheteur dans l'autre état membre.

## Bénéficiaire de l'exonération

Les informations que l'importateur/destinataire doit fournir aux autorités compétentes au moment de l'importation de la marchandise sont :

**a** - Le numéro d'identification à la taxe sur la valeur ajoutée qui a été attribué en Belgique au destinataire de l'importation (soit un assujetti établi en Belgique, soit un assujetti étranger avec un numéro direct à la TVA en Belgique, soit un assujetti étranger non européen qui a désigné un représentant responsable en Belgique ou qui a désigné une personne préalablement agréée (à savoir "représentant global") pour certains types d'opérations uniquement.

**b** - Le numéro d'identification à la taxe sur la valeur ajoutée attribué dans un autre état membre à l'assujetti (le client du destinataire à l'importation) auquel les biens sont livrés en exonération de taxe sur la valeur ajoutée conformément à l'article 39bis du Code de la TVA belge.

**c** - Le numéro d'identification à la taxe sur la valeur ajoutée attribué à cet importateur/destinataire dans l'état membre d'arrivée de l'expédition ou du transport des biens lorsque les biens en question font l'objet d'un transfert exonéré de taxe sur la valeur ajoutée conformément au 4° de l'article 39bis du Code de la TVA belge. Il s'agira par exemple d'une société identifiée à la TVA en Belgique qui transfère les biens importés vers son stock de distribution aux Pays-Bas.

**L'assujetti importateur/destinataire en Belgique peut produire l'un des documents suivants comme élément de preuve justifiant que les biens importés sont destinés à être transportés ou expédiés vers un autre état membre.**

**a** - Un document de transport usuel (par exemple un CMR dûment complété).

**b** - Une facture du transporteur ou un contrat d'assurance relatif au transport des biens vers un autre état membre.

**c** - Un contrat conclu avec l'acquéreur ou une correspondance commerciale mentionnant un lieu de destination dans un autre état membre.

**d** - Un bon de commande écrit émanant de l'acquéreur et indiquant que les biens doivent être expédiés ou transportés vers un autre état membre.

**e** - Un bon de livraison ou un bon d'enlèvement mentionnant un lieu de destination dans un autre état membre.

**Les documents de preuve du transport intracommunautaire peuvent être un ensemble concordant de documents commerciaux et probants.**



### Our expertise in

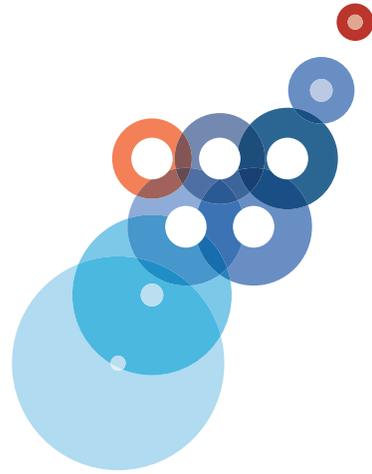
- Consultancy
- Compliance
- VAT and Customs - Audit
- Tax representation
- Incoterms
- Training



[www.omnivat.eu](http://www.omnivat.eu)

Tel. +32 (0)2/308 56 55 Email: [info@omnivat.eu](mailto:info@omnivat.eu)

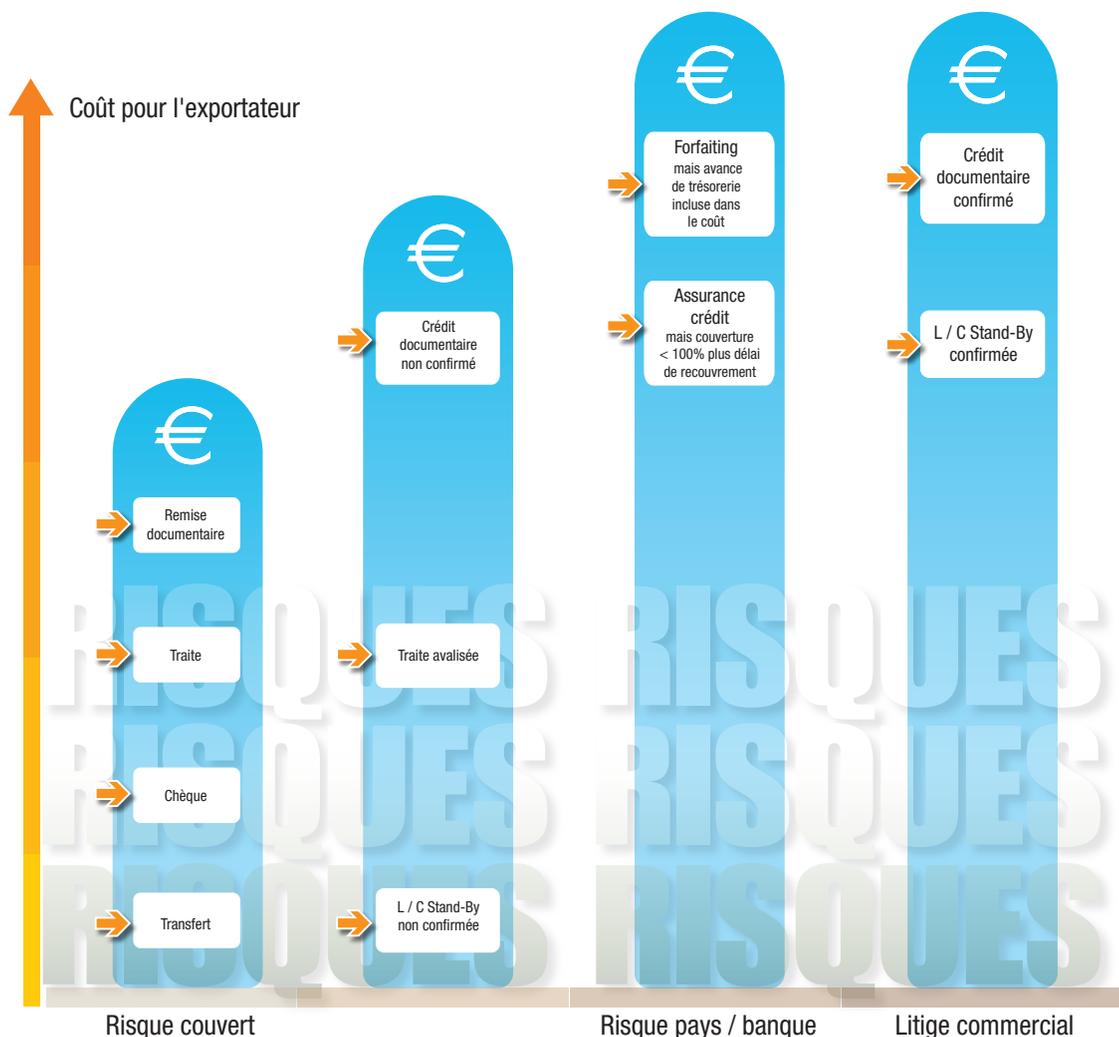




# Moyens de paiement et sécurisation du poste client

# Vous exportez, vous voulez

Certains instruments de paiement évoluent dans leur forme. Leur utilisation mérite une attention particulière compte tenu du climat politique, financier et économique actuel, où les risques se sont fortement accrus ! Les moyens de paiement utilisés doivent être adaptés à la situation économique des clients et des pays dans lequel l'exportateur réalise son business. Aujourd'hui plus que jamais, l'analyse de l'environnement juridique, financier et commercial, très mouvant d'un pays à l'autre, est nécessaire. Instabilité des systèmes bancaires nationaux, crise des liquidités, retour du risque pays... Les moyens de paiement les plus sécurisés, à l'instar du crédit documentaire, reviennent en force dans la pratique quotidienne des entreprises exportatrices. Passage en revue des instruments de paiement.



# être certain d'être payé !

## Réussir son développement international nécessite une bonne préparation

Quelques conseils des experts en commerce international de BNP Paribas Fortis

### Pour renforcer votre pouvoir de négociation

Pensez à exploiter les conditions de financement disponibles en Belgique dans les négociations avec des partenaires opérant hors de l'Europe, où les marchés financiers sont moins accessibles et les crédits plus chers. Vous consoliderez ainsi vos relations avec vos partenaires étrangers et pourrez négocier des conditions plus avantageuses pour votre entreprise.

Considérez attentivement la devise dans laquelle le partenaire commercial sera payé. Elle peut se révéler être un atout dans les négociations, et même permettre de décrocher des remises de prix. Par exemple, si vous payez votre partenaire commercial chinois en renminbi, il est fort probable qu'il vous accorde une réduction de prix qui sera supérieure à la couverture du risque de change.

### Pour gérer et limiter vos risques

Si votre entreprise est active en dehors de la zone euro, elle est inévitablement confrontée à un risque de change. Ne rien faire pour limiter ce risque s'apparente à de la spéculation et peut mettre en danger vos démarches d'exportation. Discutez-en avec votre partenaire bancaire afin de choisir la meilleure couverture de risque en fonction de votre situation et vos besoins spécifiques.

Ne négligez pas les textes de garanties dans vos contrats commerciaux. Une garantie mal rédigée ou dont le texte est sujet à interprétation peut s'avérer

dramatique pour votre entreprise en cas d'appel des garanties. Lors de la négociation et la rédaction de vos contrats, sollicitez toutes les expertises : juristes, spécialistes en commerce extérieur, partenaires bancaires, afin de maximiser vos chances de réussite.

### Pour faciliter et sécuriser vos paiements

Utilisez des virements européens pour les paiements dans l'Espace Unique Européen en Euro (Single European Payment Area ou SEPA). Ils sont alors considérés comme des virements « nationaux », rapides et bon marché.

Pour des paiements en dehors de la zone SEPA, exploitez au maximum le réseau international de votre partenaire bancaire. L'étendue de son réseau est un atout de taille. En effet, pour être en mesure de proposer un service de qualité et des tarifs attractifs sur les paiements à l'étranger, une banque doit disposer d'un volume de transactions suffisant et de nombreux correspondants.

De façon générale, impliquez votre partenaire bancaire bien en amont de votre développement international. Il pourra ainsi vous fournir tous les conseils nécessaires et vous offrir un soutien optimal (financement, sécurisation des paiements, couverture des risques, garanties, etc.) afin de garantir la réussite de vos projets.

# Les moyens de paiement à

## Le virement

Le virement bancaire international est le transfert d'un compte local vers un compte à l'étranger. L'ordre peut être libellé en euro ou en devises étrangères. **Il ne sera exécuté qu'en cas de provision sur le compte de l'acheteur (donneur d'ordre).**

Ce mode de paiement présente de nombreux avantages parmi lesquels :

- Facilité d'utilisation ;
- Fiabilité : la sécurité des transferts est assurée grâce à des procédures de contrôle très sophistiquées ;
- Rapidité ;
- Coût relativement limité.

Le virement international présente par contre quelques **inconvenients** à ne pas négliger :

- il ne constitue pas une garantie de paiement, sauf s'il est effectué avant l'expédition de la marchandise (pré-paiement) ;
- l'initiative est laissée à l'importateur (acheteur) ;
- il ne protège pas l'entreprise contre le risque de change dans le cas d'un virement en devises.

En matière de virements internationaux, il existe trois possibilités de **répartition des frais** entre donneur d'ordre et bénéficiaire :

- frais partagés (SHARED) : chaque contrepartie supporte les frais de sa banque. C'est la formule la plus répandue et l'option qu'il est recommandé d'utiliser pour vos transferts (un virement européen ou SEPA est toujours exécuté avec frais partagés) ;

- frais à charge du bénéficiaire (BEN) ;
- frais à charge du donneur d'ordre (OUR).

Certains pays imposent des restrictions spécifiques ou sont soumis à embargo (sanctions visant divers pays, personnes ou entités) dont vous devez tenir compte lorsque vous envisagez d'effectuer un paiement international. Renseignez-vous donc auprès de votre partenaire bancaire.

## Astuces :

- Demandez toujours l'IBAN et le BIC de vos fournisseurs ou de vos relations commerciales (internationales).
- Mentionnez également votre propre IBAN et BIC sur les factures que vous envoyez à des clients de pays participants. De cette manière, vos clients étrangers peuvent également économiser des frais et vous avez une plus grande garantie que le paiement soit exécuté rapidement.

## Le chèque

Bien que simple d'utilisation, le chèque n'est absolument pas recommandé dans les échanges internationaux. En effet, il ne garantit aucunement le paiement puisqu'il peut revenir impayé plusieurs semaines, voire plusieurs mois après la remise. Par ailleurs, il est soumis à des réglementations et législations extrêmement variables d'un pays à l'autre. Il présente des risques de perte, vol et falsification. Enfin, les délais d'encaissement peuvent être longs et les frais importants.

## Exploitez au maximum le réseau international de votre partenaire bancaire !

Frédéric Vanderstuyft, Responsable Vente Cash Management segment Entreprises, BNP Paribas Fortis

Parmi les formules de paiement international en euro ou en devise étrangère, le virement bancaire offre à la fois rapidité, souplesse et fiabilité. Grâce à l'automatisation des processus, ce moyen de paiement vous garantit un traitement rapide et un allègement de votre gestion administrative. Il vous permet d'optimiser la gestion de votre trésorerie puisque vous maîtrisez la date de débit en compte. Autre avantage de taille, le virement vous offre une sécurité maximale, puisqu'il transite par le réseau SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) hautement sécurisé.

Pour des paiements internationaux en dehors de la zone SEPA, n'hésitez pas à exploiter au maximum le réseau international de votre partenaire bancaire. L'étendue de son réseau est un atout de taille. En effet, pour être en mesure de proposer un service de qualité et des tarifs attractifs sur les paiements à l'étranger, une banque doit disposer d'un volume de transactions suffisant et de nombreux correspondants. Par ailleurs, de par sa présence à l'étranger, elle a accès aux systèmes de compensation interbancaire locaux, ce qui lui permet de choisir le chemin de paiement le plus rapide, le plus efficace et le plus pertinent au regard des caractéristiques de votre paiement. Enfin, elle peut travailler sur plusieurs fuseaux horaires différents et est donc en mesure de s'adapter plus facilement au rythme de votre entreprise. Si vous avez l'habitude de traiter avec l'Asie ou les Etats-Unis, c'est une option que vous apprécierez particulièrement !

# à la loupe

## SEpa : des opportunités au-delà des contraintes

Le 31 mars 2012, le Parlement européen a adopté le règlement « end date » qui fixe définitivement au 31 janvier 2014 la date de fin d'utilisation des virements et prélèvements (domiciliations) nationaux encore en vigueur. Dès le 1er février 2014, il impose ainsi l'utilisation des virements SEPA (SCT, SEPA Credit Transfer) et des prélèvements SEPA (SDD, SEPA Direct Debit).

SEPA est vécu par de nombreuses entreprises comme une contrainte. Or, au-delà des obligations qu'impose cette migration, il offre de formidables opportunités aux entreprises. En effet, ces nouveaux moyens de paiement, accessibles et standardisés, leur permettent non seulement de s'ouvrir à l'international, mais aussi de faciliter leurs prévisions de trésorerie. La migration vers SEPA leur permet en outre de repenser leur modèle de paiements et d'encaissements.

Pour les entreprises "européennes" c'est-à-dire ayant de nombreux clients et fournisseurs au sein de la zone SEPA, l'impact peut être très positif : diminution du coût de gestion des postes client et fournisseur et économie de temps. En effet, précédemment pour encaisser les paiements, ces entreprises devaient entretenir un compte bancaire local dans chacun des pays concernés en tenant compte des réglementations locales en matière de paiement et de prélèvement (délais d'encaissement et tarifs propres à chaque pays).

Avec SEPA, elles peuvent désormais choisir de centraliser leurs activités de paiements et d'encaissements, leur permettant par là d'améliorer la gestion de leur trésorerie.

Par ailleurs, la mise en place de SEPA offre aux entreprises l'opportunité de rationaliser les relations banques/entreprises. S'il y a encore peu, les entreprises multipliaient leurs interlocuteurs bancaires – cette diversité leur permettant dans certains cas d'obtenir des facilités de paiements et d'autres avantages –, repenser ses paiements implique aujourd'hui de réviser ses contreparties bancaires. De nombreuses entreprises ont pris conscience de cet enjeu et souhaitent optimiser le choix de leurs partenaires bancaires en s'orientant plutôt vers un, voire deux partenaires.

LES MAGAZINES  
ET GUIDES

LA LETTRE  
INTERNATIONALE

LES SALONS

L'ASSISTANCE

LES FORMATIONS

L'INGÉNIERIE  
FINANCIÈRE

CLASSE  
**EXPORT**  
LE FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL

*Des produits et services  
complémentaires étudiés pour  
les entreprises qui travaillent  
à l'international.*

[www.classe-export.com](http://www.classe-export.com)

# Quelques notions à connaître

Le code BIC et l'IBAN identifient au niveau international respectivement un établissement financier et un compte bancaire.

## BIC (Bank Identifier Code)

Le code BIC est un code d'identification ISO géré par SWIFT. C'est le seul identifiant des établissements financiers normalisé au niveau international. Il est également appelé adresse SWIFT ou code SWIFT. Toutes les banques peuvent disposer d'un code BIC, même sans être adhérentes au réseau SWIFT. Pour réaliser un traitement automatique des ordres de paiement, la banque du donneur d'ordres a besoin du code BIC de la banque du bénéficiaire. A défaut, la banque devra déterminer et saisir manuellement le code BIC à partir de la désignation en clair de la banque du bénéficiaire indiquée par ailleurs. Le code BIC peut être composé de 8 ou de 11 caractères. Un BIC8 identifie un établissement financier ou non financier dans un pays ou une ville. Un BIC11 identifie la succursale d'un établissement.

## IBAN (International Bank Account Number)

L'IBAN identifie de manière standardisée les numéros de compte en Europe et permet de simplifier, accélérer et accroître la sécurité des opérations bancaires européennes. Il garantit au donneur d'ordre et à sa banque, la validité de l'identifiant du compte du bénéficiaire et au bénéficiaire, le bon acheminement des fonds vers son compte.

L'IBAN se compose de 4 caractères suivis de l'identification nationale du compte, l'ensemble comprenant 34 caractères maximum : - deux caractères pour désigner le pays, - les deux caractères suivants constituent la clef de contrôle de l'ensemble de l'IBAN, - les derniers caractères, dont la longueur est variable d'un pays à l'autre, indiquent l'identifiant national du compte. Dans certains cas, pour faciliter la lecture, l'IBAN est présenté en blocs de 4 caractères séparés par des blancs. Quelle que soit la présentation papier d'un IBAN, les séparateurs éventuels ne doivent pas être repris dans les formats électroniques. Ce sont les banques qui fournissent à leurs clients le code BIC et l'IBAN. Le bénéficiaire des fonds devra transmettre ces deux codes à l'émetteur du paiement ou donneur d'ordre.

Le code BIC et l'IBAN sont indissociables et complémentaires. Ils fiabilisent l'exécution des ordres de paiement en Europe et dans le reste du monde.

Ils permettent :

- l'identification précise et normalisée du compte du bénéficiaire et sécurise la transaction ;
- la rapidité d'acheminement des fonds ;
- la diminution des risques d'erreur et de retour de fonds.

## Zoom sur le swift

Créée en 1973, SWIFT, Society For Worldwide Interbank Financial Telecommunications, est une coopérative détenue par ses membres permettant au monde financier de mener ses activités avec rapidité, certitude et confiance. SWIFT compte plus de 10 000 membres (établissements financiers et entreprises) dans 212 pays. Chaque année, plusieurs milliards de messages d'ordre de paiement sont échangés.

Swift est une technologie de transfert d'informations utilisée par les banques et par les plateformes européennes de règlement relatives aux transactions. Elle garantit la rapidité, la sécurité, la confidentialité et l'inviolabilité des échanges. Swift permet d'automatiser et de standardiser les transactions financières afin de réduire les coûts, de minimiser le risque opérationnel et d'éliminer les erreurs.

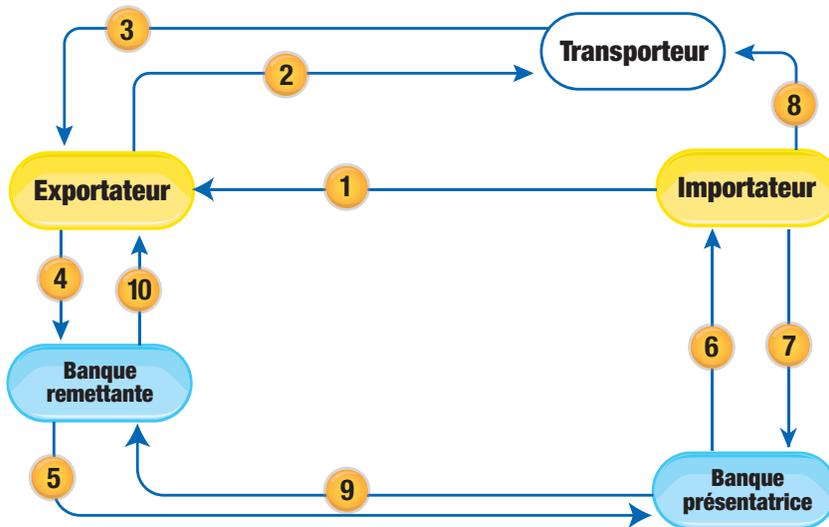
## Les Traités (billet à ordre, lettre de change)

Le crédit interentreprises se définit par les créances provenant des décalages temporels existant entre l'instant où le client prend possession d'un bien ou service fourni par une entreprise et le moment où il paye effectivement ce bien. Le crédit dont le paiement est fixé à une date déterminée par l'échéance se matérialise par une traite. Pour le fournisseur, tireur ou bénéficiaire, la lettre de change ou le billet à ordre sont des traites à recevoir. Pour le client, tiré ou souscripteur, ce sont des traites à payer. A l'international, trois notions à retenir :

- l'acceptation ne supprime pas le risque d'impayé.
- le contexte juridique et fiscal varie d'un pays à l'autre.
- pas de garantie contre le risque pays / banque.

Si vous détenez une traite sur un importateur à l'étranger, vous n'êtes à l'abri, ni d'un non-paiement du fait de sa banque, ni d'un non-paiement du fait de ce que l'on appelle le risque souverain ou risque pays.

La remise documentaire



- 1 L'importateur communique ses coordonnées bancaires à l'exportateur.
- 2 L'exportateur remet la marchandise au transporteur, marquée éventuellement au nom de la banque présentatrice.
- 3 Le transporteur remet à l'exportateur le document attestant la prise en charge de l'expédition (CMR, connaissance maritime...), établi éventuellement à l'ordre de la banque présentatrice.
- 4 L'exportateur remet la liasse documentaire (doc. de transport + documents commerciaux) accompagné d'une lettre d'instruction avec ordre d'encaissement à sa banque (banque remettante).
- 5 La banque remettante vérifie les documents (nombre et documents annoncés, mais pas leur rédaction), elle les adresse à la banque de l'acheteur (banque présentatrice) en respectant les termes de la lettre d'instruction de l'exportateur.
- 6 La banque présentatrice présente les documents à l'acheteur et les lui remet contre paiement ou acceptation (et éventuellement aval) d'une (des) lettre (s) de change. L'acheteur "lève" ainsi les documents.
- 7 L'acheteur présente les documents au transporteur pour prendre possession de la marchandise.
- 8 L'acheteur présente les documents au transporteur pour prendre possession de la marchandise.
- 9 La banque présentatrice transfère les fonds, ou l'informe de l'acceptation de lettre de change à l'échéance. Si convenu, elle présentera la lettre de change pour paiement le jour de l'échéance.
- 10 La banque remettante crédite le compte du vendeur dès rapatriement des fonds. En cas de non-paiement ou de non-acceptation, les documents doivent être retournés à la banque remettante. Dans quelques cas exceptionnels (règlement effectué par un autre canal par exemple), les documents peuvent être remis franco de paiement à l'importateur sur instructions express de la banque remettante.

La remise documentaire

La remise documentaire (voir schéma) est un troc de documents entre la banque de l'exportateur et la banque de l'importateur. L'exportateur remet à sa banque les documents en lui demandant de les présenter à la banque chargée de l'encaissement contre paiement immédiat ou acceptation d'une traite tirée par l'exportateur à une échéance convenue. Il s'agit d'une pratique courante dans de nombreux pays. La remise documentaire est souvent préconisée dans le cadre d'échanges réguliers et fiables avec son partenaire commercial importateur. En effet, l'exportateur envoie sa marchandise sans garantie de paiement. En outre, la remise documentaire ne garantit pas le risque pays ou le risque bancaire. Le risque d'impayé demeure.

Bon à savoir

Attention, une remise documentaire n'a de valeur que si les documents remis sont, d'une part, nécessaires à

l'importateur pour qu'il prenne possession de la marchandise et, d'autre part que l'importateur veuille bien retirer les documents à sa banque !

En effet, l'importateur n'est nullement contraint de prendre possession de ces documents. Prenons le cas d'un contrat de fourniture de marchandises passé entre un fabricant belge et un importateur étranger. Si le marché local s'effondre (baisse de la demande, chute des prix...) entre la date de la signature du contrat et la date de la livraison prévue, situation malheureusement très actuelle, l'importateur, de peur de devoir payer une livraison qu'il ne pourra écouler, peut ne pas prendre possession des documents à sa banque. Outre le risque d'impayé, les marchandises livrées se retrouvent bloquées en douane. L'exportateur qui devra alors régler des frais de gardiennage n'aura que deux solutions : payer le fret retour ou brader sa machine sur le marché local. En période de crise et de chute des marchés, ce risque est accru !

# Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est considéré à tort par de nombreux “spécialistes” du commerce international, comme étant un moyen de paiement dépassé. Or par temps de crise, les entreprises actives à l’international cherchent à sécuriser davantage leurs transactions. C’est avant tout le cas pour les opérations à la « grande exportation », mais de plus en plus également pour des opérations vers des pays industrialisés avec lesquels les entreprises n’osent plus travailler avec le même degré de confiance qu’auparavant. Ainsi, le “crédoc” a récemment fait sa réapparition dans le cadre de transactions avec des pays pour lesquels, il y a peu encore, il était considéré par les opérateurs comme obsolète, ou trop lourd : Pologne et Hongrie par exemple.

**Sans conteste le moyen de paiement le plus sécurisé qui soit**, le crédit documentaire est utilisable pour tout type de contrat, de marchandise ou d’opération commerciale. Il est régi par les règles et usances de la Chambre internationale de commerce (les Règles et Usances Uniformes relatives au crédit documentaire -les RUU 600- sont entrées en application le 1er juillet 2007). Afin d’éviter toute mauvaise surprise, l’exportateur (comme l’importateur d’ailleurs) doit prêter une attention particulière à chacune des étapes d’ouverture et de réalisation du crédit documentaire.

## Procédure d’ouverture

- 1 Après négociation du paiement par crédit documentaire, l’acheteur passe commande au vendeur, lequel confirme généralement les termes de la commande en adressant par retour à l’acheteur une facture pro-forma ou une confirmation de commande.
- 2 L’acheteur remplit un formulaire d’ouverture de crédit documentaire en faveur de son fournisseur (bénéficiaire) et le remet à sa banque (banque émettrice). Il reprend toutes les instructions nécessaires à l’ouverture du crédit documentaire qui doit être le reflet de la facture pro-forma. Le plus souvent, la demande d’ouverture du crédit documentaire est aujourd’hui transmise par voie électronique sur les sites bancaires de banques à distance.
- 3 La banque émettrice ouvre le crédit documentaire suivant les indications de la demande d’émission, s’engageant irrévocablement à payer des documents conformes pour couvrir le risque commercial sur l’acheteur, et l’adresse à la banque notificatrice.
- 4 La banque notificatrice informe le bénéficiaire qu’un crédit documentaire a été ouvert en sa faveur en lui transmettant la copie du document qu’elle a reçu de la banque émettrice : c’est la notification du

crédit documentaire. Cette transmission n’engage nullement la banque notificatrice. En revanche, si celle-ci ajoute sa confirmation, elle s’engage à payer le bénéficiaire, sous réserve que les documents soient conformes aux exigences de l’acheteur et donc au crédit documentaire, et couvre ainsi le risque politique et de non transfert, ainsi que l’insolvabilité de la banque émettrice.

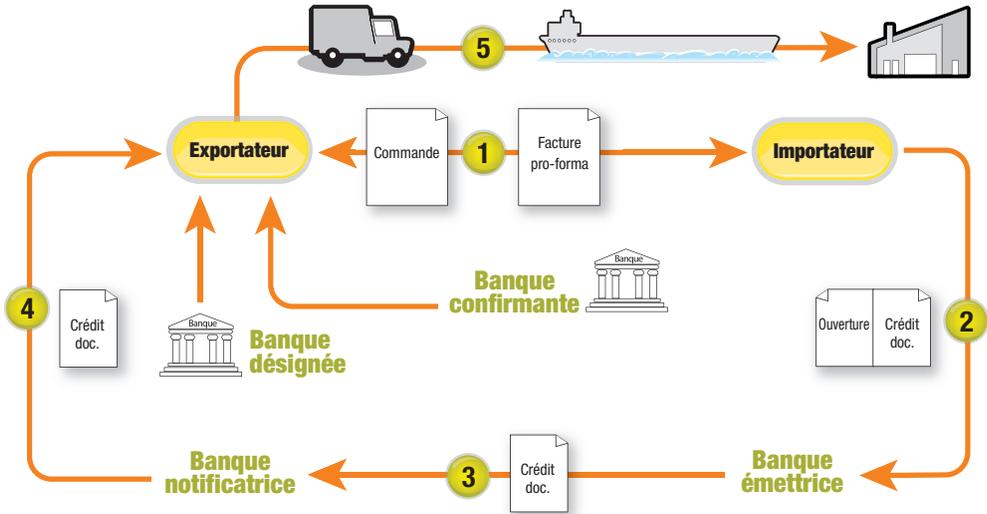
Le vendeur doit vérifier tous les termes du crédit documentaire, sa conformité avec la négociation commerciale, et s’il peut respecter toutes les exigences émises. S’il constate des non-conformités (modification des conditions de règlement...), des erreurs, des impossibilités (date d’expédition trop rapprochée...), il doit immédiatement demander au donneur d’ordre (l’acheteur) de faire effectuer par la banque émettrice les modifications nécessaires (amendements) à la bonne réalisation du crédit.

- 5 Lorsque le bénéficiaire est d’accord avec les termes du crédit documentaire, il procède à l’expédition et remet la marchandise au transporteur avant la “date limite d’expédition” portée sur le crédit documentaire.

## La réalisation

- 6 Après expédition, le transporteur remet au bénéficiaire les documents de transport exigés dans le crédit documentaire (jeu complet de connaissements maritimes, certificat sur l’âge du navire par exemple, ...).
- 7 L’exportateur réunit la “liasse documentaire” constituée de tous les documents requis par le crédit documentaire et les présente à la banque désignée ou confirmante ou émettrice dans le délai imparti, décidé par l’acheteur.

Ouverture du crédit documentaire



8 La banque désignée ou confirmante analyse tous les documents pour vérifier leur conformité aux termes du crédit documentaire. Si la présentation est conforme :

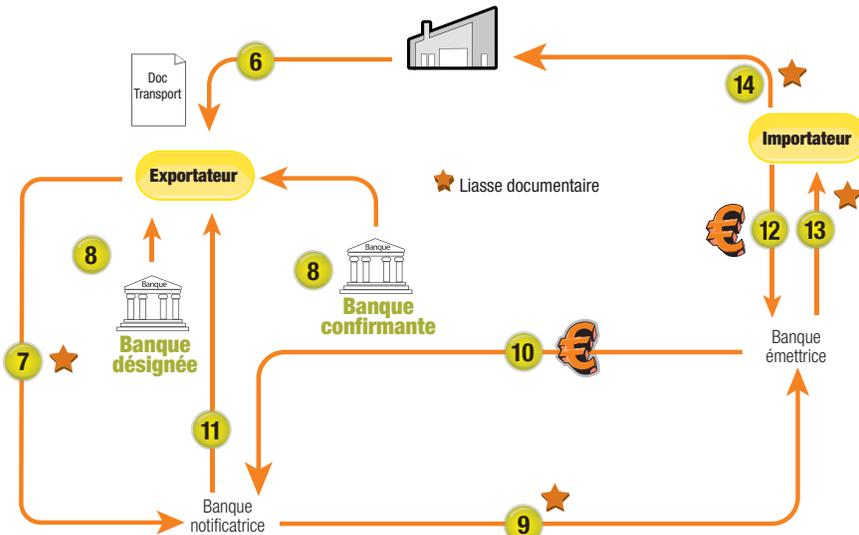
- la banque désignée peut, si elle a convenance, négocier un crédit documentaire négociable en avançant le montant au bénéficiaire ou en escomptant les lettres de change ;
- la banque confirmante s'engage à honorer le crédit documentaire à vue, ou à échéance si le crédoc est payable par acceptation d'une lettre de change ou par paiement différé. Parallèlement, la banque désignée ou confirmante demandera le remboursement à la banque émettrice.

9 La banque désignée ou confirmante présente les documents à la banque émettrice pour obtenir le remboursement de son avance ou le paiement du crédit documentaire.

10 à 13 La banque émettrice vérifie la conformité des documents. Sans contestation de sa part, elle les remet alors à l'acheteur contre-paiement et débitera son compte immédiatement ou à la date d'échéance prévue.

14 L'acheteur, alors en possession des documents peut faire retirer et dédouaner sa marchandise.

Réalisation du crédit documentaire



## Le crédit documentaire bien plus qu'un moyen de paiement

Carina Sutera Sardo, Responsable Trade Finance Wallonie & Bruxelles, BNP Paribas Fortis

Le crédit documentaire ou lettre de crédit est un engagement irrévocable de paiement émis par la banque de l'acheteur. Cette dernière s'engage à payer le vendeur pour autant qu'il présente les documents requis, dans les délais fixés. Les documents reçus devront présenter l'apparence de conformité avec les termes du crédit documentaire et faire la preuve de la bonne exécution des prestations et des obligations du vendeur, par exemple l'expédition d'une marchandise. Le risque débiteur (risque de non-paiement par le client) est donc transféré sur la banque émettrice, qui s'engage à payer l'exportateur en lieu et place de son client. S'il est couvert contre le risque débiteur, l'exportateur reste toutefois confronté au risque de défaillance de la banque émettrice et aux risques politiques du pays où se situe cette banque, qu'il ne connaît généralement pas. Il arrive donc que l'exportateur souhaite bénéficier d'un engagement de la part de son propre banquier. Il fait alors confirmer sa lettre de crédit et bénéficie ainsi de la garantie d'être payé par sa banque dès présentation des documents conformes.

Le crédit documentaire est également un outil de financement. Cette technique peut être mobilisée par l'exportateur pour octroyer un délai de paiement à son client. Avec une lettre de crédit confirmée, la libération des fonds peut, en effet, être réalisée dès présentation des documents conformes. La lettre de crédit devient alors un véritable instrument de négociation pour l'entreprise exportatrice : en amont de sa transaction, elle pourra proposer un délai de paiement parfois important sans que son fonds de roulement n'en pâtisse. On parle alors d'escompte sans recours. Une solution qui permet à l'entreprise d'avoir une liberté de négociation tout en optimisant de façon simple sa position de trésorerie.

### ●●● Que faire si l'acheteur refuse le crédit documentaire ?

Si votre acheteur refuse d'ouvrir un crédit documentaire, dans un pays où sa pratique est courante, ce n'est pas un très bon signe ! Vous pouvez vous interroger sur sa solvabilité. Il y a de grandes chances pour qu'il n'ait pas de lignes de crédit dans aucune banque locale. Certains acheteurs s'indignent lorsque le vendeur leur demande de mettre en place un crédit documentaire, très souvent, il faut oser le demander !

### Outre le crédit documentaire, quelles sont les autres solutions à mettre en œuvre ?

L'exportateur a toujours la possibilité de demander le paiement d'avance, qui est de loin la solution la plus simple et la plus sûre, à condition que l'acheteur l'accepte ! Certains exportateurs reviennent à ces pratiques anciennes et ne dérogent pas au principe : « tant que mon compte n'est pas crédité, je ne livre pas ! »

### Autres possibilités :

**La traite avalisée** est assez fréquemment utilisée par les acteurs du commerce international car elle permet de transformer un risque "entreprise" en un risque "banque". Il est également possible de se faire financer la traite dans le cadre d'une opération de forfaiting, à condition que la banque de l'exportateur accepte de supporter le risque encouru sur la banque du client de l'importateur. La remise documentaire avec traite avalisée n'est pas beaucoup plus compliquée à mettre en place que la remise documentaire. Il suffit que la banque locale du client de l'exportateur

s'engage à régler la traite à la banque de ce dernier. Cette solution apporte encore un niveau de sécurité supplémentaire.

**La Lettre de crédit stand-by** et garantie de paiement à première demande (*page suivante*). Elle vous permet de sécuriser des encours clients, ce qui est toujours intéressant dans un contexte où ces encours ont tendance à être réduits par nombre d'assureurs-crédit. Enfin, l'exportateur a toujours la possibilité de souscrire un contrat d'assurance-crédit avec un spécialiste du secteur (Coface, Euler hermès Sfac, Atradius, Ducroire...).

### La question de l'identité de la banque émettrice

Très souvent, les responsables export qui veulent sécuriser leurs transactions demandent à leur client de demander l'ouverture à leur banque d'un crédit documentaire irrévocable et confirmé. Mais, ils n'ont pas le réflexe de demander l'identité de la banque émettrice de l'importateur ! Or, il s'agit d'un élément majeur : c'est en effet sur la connaissance de la banque émettrice que la banque confirmante va apporter sa confirmation au crédit documentaire. Et sans confirmation de sa banque, le crédit manager ou directeur financier de l'exportateur ne prendra certainement pas le risque à son compte !

**Avant toute opération importante qui comporte un risque de non confirmation sur la banque émettrice, il est conseillé d'en parler à son banquier.**

## Les conseils de l'AWEX

### Avant de négocier un contrat commercial et le crédit documentaire qui l'accompagne,

il est recommandé d'interroger votre banque quant aux banques étrangères qu'elle accepte de confirmer et à quel coût sur le pays de votre client. Cela vous évitera de découvrir à la réception du crédit documentaire que votre banque n'accepte pas de confirmer la banque émettrice.

La confirmation d'une banque belge n'est généralement applicable que si le risque politique est acceptable. Veuillez donc à vérifier auprès du Ducroire ([www.ondd.be](http://www.ondd.be)) si le risque politique à court, moyen ou long terme – selon la durée d'ouverture de votre crédit documentaire – est acceptable. Plus le risque politique est élevé, plus la confirmation du crédit documentaire sera chère.

### Attention aux banques confirmantes qui sont des filiales des banques émettrices !

Ce cas de figure arrive fréquemment sur des destinations comme l'Algérie ou la Russie par exemple. Une banque locale émet un crédit documentaire pour le compte de son client importateur et demande, sous prétexte de rentabilité interne ou de coûts moindres, la confirmation par une de ses filiales en Europe, France ou Suisse par exemple. Pour caricaturer, c'est un peu comme si on demandait à un étudiant de se porter garant du prêt immobilier contracté par ses parents ! Ce type de confirmation équivaut à une demi-confirmation. En effet, si le système bancaire du pays en question est mis à mal, on peut imaginer que la filiale subira les conséquences des difficultés de la maison mère. Votre banque cherchera donc à ce que vous montiez le crédit documentaire avec la confirmation de la maison mère et non celle d'une de ses filiales.

## “La certitude de pouvoir présenter les documents conformes se prépare dès la négociation du contrat”

Carina Sutera Sardo, Responsable Trade Finance Wallonie & Bruxelles, BNP Paribas Fortis

Dans un crédit documentaire, il est primordial que l'importateur et l'exportateur s'accordent sur la liste de documents qu'ils doivent s'échanger et les délais d'exécution des prestations. Il n'est pas rare qu'une entreprise exportatrice doive présenter à sa banque un document à établir par l'acheteur (importateur). En recourant au crédit documentaire, l'exportateur croit avoir opté pour un moyen de paiement sécurisé, or il est à la merci de la non-remise par l'importateur d'un document nécessaire à la réalisation et au paiement du crédit documentaire. Si l'importateur refuse de fournir ce document, le crédit documentaire n'est pas opérable et l'exportateur risque de ne jamais être payé. Cette situation est malheureusement assez fréquente.

Afin de réduire les risques au maximum, il est donc impératif pour une entreprise de ne négliger aucun détail du contrat commercial.

En effet, la certitude de pouvoir présenter les documents conformes se prépare dès la négociation du contrat, en fonction notamment de l'Incoterm\* choisi. A cet égard, elle veillera également à la rédaction des textes de garantie (de restitution d'acompte et/ou de bonne exécution par exemple). En effet, une garantie mal rédigée ou dont le texte est sujet à interprétation peut s'avérer dramatique pour l'entreprise en cas d'appel des garanties. En conclusion, lors de la négociation et la rédaction de vos contrats, sollicitez toutes les expertises : juristes, spécialistes en commerce extérieur, partenaires bancaires, afin de maximiser vos chances de réussite

\* Incoterms est l'abréviation de «International Commercial Terms». Les Incoterms font partie du contrat de vente. Ils décrivent les responsabilités et obligations des parties contractuelles en matière de transport de marchandises, de transfert du risque au niveau des marchandises et des formalités d'importation et d'exportation.

# La lettre de crédit Stand-by

La Lettre de Crédit Stand-by ou Stand-by Letter of Credit est une garantie documentaire « à première demande » pour garantir l'exécution d'un contrat ou d'une obligation. Stand-by = se tenir prêt ! Prêt à se substituer à la défaillance de l'acheteur !

La lettre de crédit Stand-by se transforme alors en crédit documentaire, donc en moyen de paiement dès qu'elle est mise en jeu. Elle est émise par la banque de l'acheteur auprès de la banque du vendeur, en faveur de ce dernier, et peut également être confirmée.

**Elle consiste en l'engagement irrévocable d'une banque**, d'indemniser son bénéficiaire, en cas de défaillance du donneur d'ordre. Elle ne s'exécute que dans ces conditions par simple attestation du bénéficiaire et présentation de la copie des documents requis auprès de la banque où la lettre de crédit Stand-by est utilisable. A la différence du crédit documentaire qui est à la fois une garantie et un moyen de paiement, la lettre de crédit stand-by est uniquement une garantie de paiement tant qu'elle n'est pas mise en jeu !

Le crédit documentaire, lui, fait perdre du temps car il demande des vérifications systématiques à l'ouverture, à la notification et à la réalisation alors que la Stand-by ne rend ces vérifications obligatoires qu'en cas de défaillance de l'acheteur. Enfin, la Stand-by a

l'avantage de mieux s'adapter aux contrats basés sur des Incoterms de vente à l'arrivée.

**La lettre de crédit Stand-by a bien entendu des inconvénients** : elle a beau être une sécurité de paiement international, elle n'a pourtant pas cours dans tous les pays ; elle fait l'objet d'une trop rare jurisprudence lorsqu'elle est assujettie aux RPIS 98. Elle est quelquefois utilisée abusivement comme moyen de paiement. Enfin, elle est ambiguë, car elle n'est qu'une garantie bancaire, appuyée sur la présentation de documents en cas de défaillance de l'acheteur et elle n'est pas un moyen de paiement, ce qui rend les banques un peu frileuses quant à son utilisation comme par exemple en Chine.

Elle est pourtant promise à un bel avenir, comme le montre son utilisation systématique dans les opérations commerciales avec les Etats Unis. (Les SBLC sont incluses dans les RUU 600).

## Lettre de crédit Stand-by : une solution souple et avantageuse sous certaines conditions

*Carina Suter Sardo, Responsable Trade Finance Wallonie & Bruxelles, BNP Paribas Fortis*

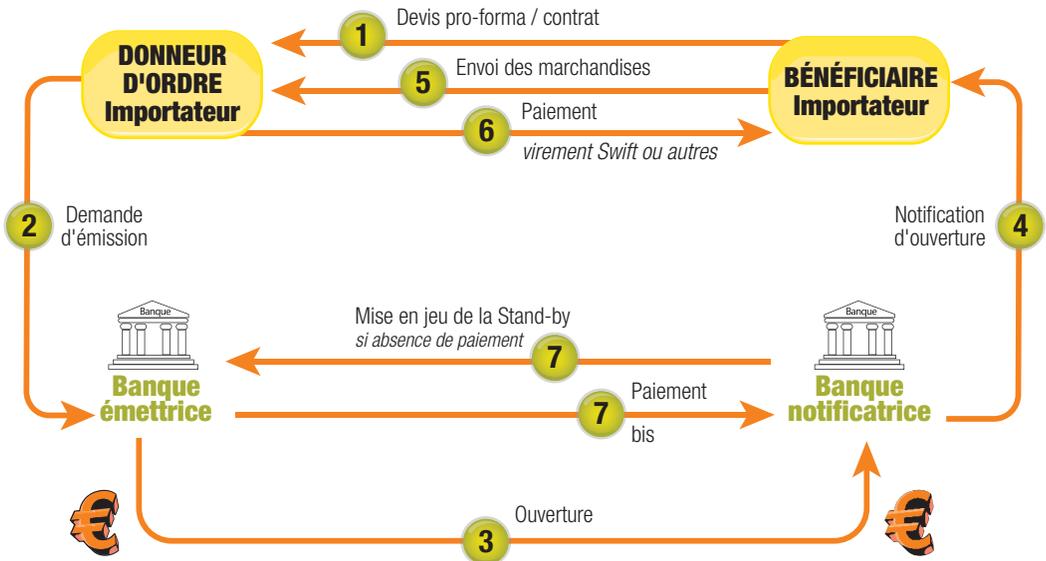
La lettre de crédit Stand-by est un type de « garantie bancaire » (garantie de paiement uniquement en cas de défaillance du donneur d'ordre) sous forme de crédit documentaire (remise de documents).

Elle protège le bénéficiaire contre tout défaut de paiement de la part de l'acheteur/importateur et couvre l'acheteur contre tout défaut d'exécution du contrat de la part du fournisseur/exportateur. Cette solution documentaire est recommandée pour les partenaires commerciaux qui se

connaissent bien et traitent régulièrement ensemble. La lettre de crédit est en effet une alternative plus souple au crédit documentaire pour garantir le règlement des transactions. Elle peut également s'avérer incontournable pour sécuriser l'exécution d'un contrat ou d'une obligation notamment avec certains pays qui ne pratiquent pas ou peu la garantie classique.

*(Lire les avantages pour votre entreprise en page 146).*

## Procédure d'ouverture d'une lettre de crédit Stand-by



- 1 Le vendeur envoie une facture pro-forma établie selon les conditions vues avec son client. Elle sert de base pour l'ouverture de la lettre de crédit stand-by.
- 2 L'acheteur demande à son banquier d'ouvrir une lettre de crédit stand-by en faveur de son fournisseur.
- 3 Le banquier ouvre la lettre de crédit stand-by chez son correspondant étranger.
- 4 Le correspondant notifie la lettre de crédit stand-by au vendeur en y apportant éventuellement sa confirmation.
- 5 Le vendeur remet la marchandise au transporteur pour procéder à l'expédition.
- 6 L'acheteur effectue le règlement en faveur du vendeur. La lettre de crédit stand-by ne sera pas mise en jeu.
- 7 Le paiement n'a pas été exécuté, mise en jeu de la lettre de crédit stand-by.

### Pour encore plus de garantie, la lettre de crédit Stand-by pourra être confirmée :

#### La confirmation :

Les lettres de crédit Stand-by peuvent être notifiées sans que la banque notificatrice ajoute de confirmation. Les risques de défaillance de la banque émettrice et les risques de non-transfert sont réels et ne sont couverts que dans le cadre d'une confirmation.

En effet la confirmation de la lettre de crédit constitue un engagement ferme de la banque notificatrice qui s'ajoute à celui de la banque émettrice.

#### La confirmation silencieuse :

La banque notificatrice est libre d'ajouter sa confirmation en fonction de son évaluation du risque commercial ou politique, c'est-à-dire de la fiabilité de la banque émettrice (est-ce une banque de premier ordre ?) même si cette dernière ne l'a pas invitée à le faire. Il s'agit alors de la confirmation silencieuse.

# La lettre de crédit Stand-by

## Quels avantages pour votre entreprise si vous exportez ?

Par Carina Suter Sardo, Responsable Trade Finance Wallonie & Bruxelles, BNP Paribas Fortis

### Vous bénéficiez d'une solution souple et rapide

- La lettre de crédit Stand-by est particulièrement simple à mettre en place et souple à gérer ;

- Elle se prête à diverses finalités telles que la couverture du risque de non-paiement de biens et / ou prestations et services fournis, la restitution d'une avance payée, la bonne exécution d'un contrat commercial, la non-exécution d'une prestation pour laquelle l'entreprise a proposé ses services (garantie de soumission) ;

- Elle requiert moins de documents/d'administration qu'un crédit documentaire et peut couvrir des ventes récurrentes à un même acheteur. Elle vous permet donc de gagner du temps dans vos échanges commerciaux (la présentation des documents uniquement en cas de mise en jeu allège la charge administrative) ;

- Elle peut servir de garantie de paiement à l'appui d'un règlement par remise documentaire, virement, traite ou chèque par exemple ;

- Elle peut être revolving, c'est-à-dire renouvelable en montant. De même sa validité peut être prorogée automatiquement par l'insertion d'une clause « ever green ». Dans ce cas, la lettre de crédit Stand-by reste en vigueur jusqu'à dénonciation par la banque.

### Vous avez la garantie d'un traitement efficace

La lettre de crédit Stand-by implique l'engagement irrévocable de paiement de la banque de votre client. En outre, elle permet la confirmation par votre banque (impossible dans le cas d'une garantie classique).

Contrairement aux garanties classiques, souvent soumises au droit du seul pays d'émission, la lettre

de crédit Stand-by est régie par des règles acceptées à l'échelle internationale (RUU 600 ou RPIS 98 \*) qui lient toutes les parties concernées.

Vous réduisez vos coûts et préservez votre trésorerie. Lorsqu'elle est utilisée comme alternative à un paiement anticipé de 100% (préalable à la livraison), la lettre de crédit Stand-by vous permet de conserver vos liquidités pour d'autres projets avant l'échéance du paiement.

Le coût d'une lettre crédit Stand-by est moins élevé qu'un crédit documentaire traditionnel. La limitation de son objet à la protection en cas de non-paiement en limite le coût.

### Quelques inconvénients

La lettre de crédit Stand-by présente néanmoins quelques inconvénients. Certains pays refusent en effet cette technique documentaire dans le cadre de leurs échanges commerciaux. Par ailleurs, l'ouverture d'une lettre de crédit Stand-by requiert de la part du client donneur d'ordre une ouverture de crédit auprès de son banquier ou la création d'une ligne de crédit spécifique au sein de laquelle différentes lettres de crédit Stand-by peuvent être ouvertes. Autre inconvénient, pour le bénéficiaire cette fois, la confirmation est sous réserve d'approbation par la banque.

Différentes solutions existent pour sécuriser vos transactions commerciales à l'international, discutez-en avec votre banque le plus en amont possible de vos projets, afin de déterminer et mettre en place la solution qui convient le mieux à votre entreprise.

\* RUU 600 : Règles et Usances Uniformes de la Chambre de commerce internationale relatives aux crédits documentaires

RPIS 98 : Règles et Pratiques Internationales relatives aux Standby.

## “Notre rôle ? Eviter aux entreprises les écueils d’une croissance à l’étranger”

Au-delà de l’offre bancaire classique, BNP Paribas Fortis propose aux entreprises un service d’aide au développement de leurs activités à l’international. Témoignage de Rob Van Veen, Trade Development Manager.

### En quoi consiste l’offre Trade Development de BNP Paribas Fortis ?

« Pour résumer, nous mettons les entreprises en contact avec des personnes qui pourront encadrer leur projet à l’étranger de bout en bout. Dans une première phase, nous écoutons avant tout le besoin de l’entreprise, l’interrogeons sur ses projets et examinons les différentes possibilités.

L’entreprise reçoit ensuite un rapport contenant toutes les informations pertinentes - dont une estimation claire du prix et des résultats attendus - sur la base duquel elle peut prendre une décision à la fois bien réfléchie et stratégique. Comme l’entreprise ne doit pas se charger elle-même du travail de recherche ni de l’établissement des contacts, le processus décisionnel s’en trouve considérablement

écourté. Et si le feu vert est donné pour le projet, nous offrons l’encadrement logistique nécessaire à sa réalisation ».

### Comment cela se passe-t-il dans la pratique ?

« Tout dépend du projet, du pays et des besoins concrets de l’entreprise. Nous fournissons certains services nous-mêmes, par l’intermédiaire de nos propres collaborateurs ou de collègues de la banque en poste à l’étranger. Pour les aspects qui nécessitent une connaissance locale spécifique, nous faisons appel à des partenaires sur place. Par exemple pour les études de marché, le recrutement, l’administration, l’audit ou encore les conseils juridiques, fiscaux ou opérationnels. Nous avons aujourd’hui notamment de nombreux dossiers en cours en Allemagne, un marché porteur, attractif pour des secteurs très divers, mais où il est très difficile de s’établir en tant qu’« étranger ». Nous ne prétendons pas offrir aux entreprises une garantie absolue de succès, mais nous faisons en sorte de réunir tous les éléments pour donner à leurs projets les meilleures chances de réussite ».



**QUAND ON EST SÛR DE SA BANQUE, ON EST PLUS SÛR DE SOI.**

**PROCHE DE VOTRE ENTREPRISE EN BELGIQUE ET PARTOUT DANS LE MONDE.**  
Vous pouvez compter sur votre chargé de relation et sur l’expertise de nos spécialistes dans près de 80 pays pour vous accompagner dans votre réussite internationale.

**BNP PARIBAS FORTIS** | La banque d’un monde qui change [entreprises.bnpparibasfortis.be](https://entreprises.bnpparibasfortis.be)

E.R. : A. Plaetinck, BNP Paribas Fortis SA, Montagne du Parc 3, 1000 Bruxelles, RPM Bruxelles, TVA BE0403.199.702.

# Se couvrir contre le risque de change pour préserver sa marge !

Afin de se préserver contre les variations des cours des changes, il existe des outils bancaires efficaces : la couverture à terme et l'option de change en sont deux exemples simples.

## La couverture à terme

Cette technique permet à l'exportateur de déterminer à l'avance et de façon certaine le cours de la devise au moment où il sera réglé par son client étranger. La couverture à terme le prémunit contre le risque d'une fluctuation défavorable de la devise.

### Cas pratique :

Un exportateur vend à un client américain une machine d'une valeur de 100 000 USD payable à trois mois. La facturation a lieu en USD. Au moment de la transaction, les cours sont de un euro = 1.3775 \$ (au comptant) et de 1.3785 (à trois mois). L'exportateur souhaite se couvrir sur le marché à terme et décide, à la conclusion de la vente de la machine, de vendre à sa banque, à trois mois, les 100 000 \$ afin d'être certain de percevoir  $100\,000 / 1,3785 = 72.543$  €.

À l'échéance des trois mois, si le dollar a baissé (cours passé à 1 euro = 1,40 \$ par exemple), l'exportateur sera satisfait de son opération. Il aura en effet encaissé 72.543 € au lieu de :  $100\,000 / 1,40 = 71.429$  €. En revanche, si le dollar s'est apprécié (cours passé à 1 euro = 1,32 \$), l'exportateur pourrait regretter de s'être couvert. Il aura en effet encaissé 72.543 € au lieu de :  $100\,000 / 1,32 = 75.758$  €.

L'avantage de la couverture à terme pour l'exportateur : il ne spéculé pas. Il connaît dès le départ le montant qu'il percevra dans sa propre devise et préserve ainsi sa marge.

## L'option de change

L'option de change est un droit (et non une obligation), moyennant une prime payée à la banque, de convertir à une date future et à un prix déterminé, une certaine quantité d'une devise contre une autre (par exemple : droit de changer 100 000 USD contre EUR dans trois mois à 1.38 USD contre 1 euro). Elle permet aux entreprises de profiter d'une éventuelle évolution favorable des cours tout se protégeant contre les évolutions défavorables.

Cet instrument convient aussi bien aux opérations certaines (dans l'exemple ci-dessus, si le dollar s'apprécie à 1.32, l'exportateur n'exercera pas son droit et vendra ses dollars au cours de 1.32), qu'incertaines. Il est notamment adapté aux entreprises soumissionnant à des appels d'offres en devises ou dont une partie des équipements doit être importée et payée en devises autre que l'euro.

Ces entreprises doivent fournir des prix fermes qui tiennent compte des risques de change. Si l'entreprise décroche le marché, elle peut alors déclencher l'exercice de son option. Si elle ne l'obtient pas, elle n'est pas engagée dans une transaction quelconque avec sa banque (elle est propriétaire d'un droit), contrairement à une transaction à terme qui génère des obligations bilatérales.

S.Etaix



StockExchange

## « Il existe de nombreuses stratégies de couverture qu'il faut adapter aux besoins spécifiques des entreprises »

Entretien avec Stéphane Christiaens, Responsable Fixed Income Sales Wallonie, BNP Paribas Fortis

### **C.E. : Dans quel cas l'exportateur a-t-il intérêt à se couvrir contre le risque de change ?**

**S.C. :** La réponse est dans la question : à partir du moment où l'exportateur ne souhaite pas courir de risque ! Tous les flux hors zone euro donnent lieu à un flux de devises ; ils comportent tous un risque dû à l'écart entre la date de fixation du cours et la date de paiement. Notre rôle en tant que banque consiste à aider les entreprises à gérer et atténuer les risques de change inhérents à leurs activités internationales leur permettant ainsi de préserver leurs marges et leur compétitivité. J'ajouterai que, même libellées en euro, les transactions internationales avec des pays hors zone euro présentent un risque de change dès lors que le fournisseur, par exemple, utilise un cours de change dégradé pour sécuriser son prix en euro et/ou qu'une entreprise concurrente décide de travailler en devises locales (ce qui pourrait lui donner un avantage comparatif mais aussi compétitif), possibilité que peuvent offrir les banques belges grâce à la souplesse des solutions qu'elles développent en matière de gestion du risque de change.

### **C.E. : Quels sont les différents types de couverture du risque de change ?**

**S.C. :** Plusieurs types de couverture sont possibles en fonction des objectifs poursuivis par les entreprises et les risques qu'elles sont disposées à prendre. Parmi les plus fréquentes, je citerai :

- **Le spot** aussi appelé « change comptant ». Il correspond aux opérations de change pour lesquelles le délai séparant la date d'opération (ou d'engagement) et la date de livraison (ou de valeur) n'excède pas deux jours.
- **Le swap de change** est une transaction financière dans laquelle deux parties s'engagent à échanger des devises au comptant, et en sens inverse à terme ; les deux cours de change étant fixés à la conclusion du swap. Cette technique permet à l'entreprise d'utiliser anticipativement un contrat à terme, de proroger un contrat à terme et d'échanger temporairement deux devises sans prendre de risque de change.
- **Le change à terme** permet de fixer aujourd'hui le cours de change d'une transaction future. Il s'agit d'un contrat qui engage la banque et l'entreprise. Le cours à terme est issu du cours comptant corrigé du différentiel entre le taux d'intérêt de la devise étrangère et le taux d'intérêt de la devise de référence sur la durée de l'opération.
- **L'option de change** est un contrat donnant à son acquéreur le droit (et non l'obligation) d'acheter ou de vendre un montant donné de devises à une date (ou pendant une période) déter-

minée et à un cours fixé par avance appelé prix d'exercice, moyennant le paiement d'une prime. Il s'agit d'un contrat négociable qui permet de se protéger contre le risque de change, certain ou incertain, tout en préservant l'opportunité de réaliser un gain de change dans le cas d'une évolution favorable du cours de la devise concernée.

### **C.E. : Quels sont les coûts pour l'entreprise ?**

**S.C. :** Les contrats à terme peuvent être assortis d'une faible commission. Pour les autres techniques de couverture, les banques ne réclament généralement pas de frais transactionnels. Ceci étant, la notion de coût est plus large que les seuls frais bancaires. La prime et/ou le prix d'exercice d'une option doivent également être pris en considération dans le résultat final de la transaction.

### **C.E. : Dans quel cas de figure recourir à l'option de change ?**

**S.C. :** L'option de change est une alternative intéressante au change à terme. Ce contrat permet à une entreprise de s'assurer d'un cours maximum ou minimum, tout en pouvant profiter d'une évolution favorable de la devise achetée ou vendue. Par ailleurs, il est également possible de combiner l'achat d'une option et la vente d'une option. Les prix d'exercice de ces deux options déterminent ainsi un cours plancher et un cours plafond ; les primes payées et perçues atténuent le coût jusqu'à même s'annuler parfaitement.

### **C.E. : Selon vous, les entreprises connaissent-elles suffisamment ces mécanismes et quels conseils leur donneriez-vous ?**

**S.C. :** Ces mécanismes sont de mieux en mieux connus des entreprises parce qu'elles sont de plus en plus confrontées aux risques inhérents au commerce international. Il existe différentes variantes de contrats à terme et de très nombreuses stratégies d'options qu'il faut adapter aux besoins spécifiques des entreprises. Notre mission en tant que banque est de les aider à préserver leurs intérêts et leur compétitivité à l'international. L'offre de services s'étend de l'analyse et l'évaluation des risques, au suivi des opérations de couverture, en passant par le développement d'une stratégie de couverture adéquate. Les entreprises ne doivent surtout pas hésiter à solliciter les spécialistes métiers auprès de leur banque.

# Avec l'assurance-crédit la crise

La couverture du risque client par l'assurance-crédit est l'outil indispensable pour développer son chiffre d'affaires à l'international. En ces temps de crise, les entreprises hésitent ou n'ont pas les moyens financiers pour prendre des risques et s'aventurer dans la grande exportation. Pourtant, il existe des outils performants permettant de prendre ces risques de manière mesurée et de poursuivre son activité même après la faillite d'un client important qui laisse des factures impayées. En Belgique, l'assureur-crédit public Ducroire joue ce rôle. Cette institution publique a pour mission de soutenir les entreprises belges qui exportent ou investissent à l'étranger. Bénéficiant de la garantie de l'État belge et d'une notation AA octroyée par Standard & Poor's, le Ducroire a développé plusieurs produits autour de l'assurance-crédit.

## Le principe de l'assurance-crédit :

Un assureur-crédit permet aux entreprises de réaliser leurs projets ou vendre leurs produits à l'étranger en les assurant contre les risques politiques et commerciaux inhérents au commerce international. C'est le principe de l'assurance-crédit. Concrètement dans une transaction internationale, l'assurance-crédit couvrira le risque que le contrat soit partiellement, tardivement ou pas du tout honoré pour des raisons politiques ou de carence du débiteur (ndlr : le client ne paie pas). Cela concerne les biens d'équipement, les projets industriels, les travaux ou les services aux entreprises. Les entreprises peuvent également se couvrir contre les risques politiques de leurs investissements directs réalisés à l'étranger.

## Primes

Qui dit assurance, dit prime. Le taux de prime est déterminé en fonction du pays de destination, de la solvabilité de l'acheteur et de la durée du contrat. Comme tous les assureurs-crédits publics, le Ducroire utilise le système de calcul de primes établi par l'OCDE, qui offre l'avantage d'une harmonisation des primes entre les opérateurs public.

## Qui peut faire appel à l'assureur-crédit public ?

Toute entreprise, de la PME à la multinationale, ou banque peut demander une couverture auprès de son assureur-crédit public pour sécuriser une transaction internationale.

## L'intérêt belge

Le Ducroire mesure le contenu belge de chaque transaction à assurer. Concrètement, il va tenir compte

non seulement de la partie du contrat réalisée en Belgique, mais également de ce qui est réalisé par les filiales étrangères du groupe belge ou inversement par les filiales belges de groupes étrangers. Cette approche très flexible tend à privilégier non seulement le contenu belge, mais également l'intérêt belge d'une transaction en termes d'emploi, de part de marché, de la place d'une filiale belge au sein d'un groupe international, etc.

## Quotité garantie

En cas de sinistre, l'assurance-crédit indemniserait à concurrence d'un pourcentage pouvant aller jusqu'à 98% du montant du contrat. Ce pourcentage, appelé quotité garantie, varie suivant le type de contrat mais laisse toujours une partie à la charge de l'assuré. Il est possible aussi de diminuer la quotité garantie pour réduire le montant de la prime à payer.

## Les produits dérivés de l'assurance-crédit

Dans le cadre de leur mission publique de support aux exportateurs, les assureurs-crédits ont développé leur gamme de produits notamment dans le domaine du financement dans le respect des réglementations internationales de l'OCDE. C'est ainsi que le Ducroire propose aux exportateurs belges des solutions pour obtenir du financement (garanties financières) ou en offrir à leurs clients (forfaiting).

## Le forfaiting – offre de financement pour l'acheteur étranger

Le Ducroire a mis au point le forfaiting qui donne la possibilité aux PME d'offrir du financement à leurs clients pour des montants limités. En l'occurrence,

# devient une opportunité



Crédit : DigitalVision

le Ducroire achète les avances faites par l'entreprise belge à son acheteur étranger. En tant que vendeur, l'entreprise belge est alors payée au comptant, tandis que l'acheteur étranger bénéficie d'un délai de paiement de 2 à 5 ans.

## Garanties financières – aide à l'obtention de crédits bancaires pour l'exportateur

Le Ducroire permet aux entreprises belges d'obtenir plus facilement des crédits bancaires en accordant une garantie financière à la banque qui leur octroie des crédits. Les crédits visés sont les crédits d'investissement, les crédits en fonds de roulement ou encore les lignes de crédit pour l'émission de garanties bancaires.

## Pourquoi faire appel à l'assurance-crédit ?

L'assurance-crédit n'est pas limitée aux seuls spécialistes du commerce extérieur. Il s'agit d'un outil qui peut dynamiser le chiffre d'affaires des entreprises qui souhaitent se développer sur des marchés "porteurs" tout en limitant les risques. Il n'est donc pas étonnant de constater que les entreprises sont plus nombreuses à avoir recours à l'assurance-crédit en temps de crise.

## En bref : l'assurance-crédit du Ducroire et ses dérivés

Dans un schéma classique d'exportation où une entreprise belge signe un contrat d'exportation avec un acheteur étranger, l'assureur-crédit public belge peut intervenir de trois manières :

- **Assurance-crédit** : couverture des risques politiques et commerciaux de la transaction.
- **Garantie financière** : garantie partielle en faveur de la banque qui veut octroyer un crédit.
- **Forfaiting** : offre de financement pour rendre son offre plus concurrentielle.

Dans le cas de l'investissement à l'étranger dans une filiale ou joint-venture avec un partenaire local, l'assureur-crédit public belge peut : couvrir le capital investi contre les risques politiques (Expropriation, Fait du prince, guerre et non-transfert), offrir au banquier une garantie partielle sur le crédit à octroyer à la société belge et même, dans certains cas, à la filiale étrangère moyennant le respect de certaines conditions.

**Exemple** : l'entreprise belge DUPONT signe un contrat de EUR 3 millions avec la société brésilienne CARNAVAL pour la vente de machines de recyclage de déchets. Le contrat prévoit le paiement d'un acompte de 15 % à sa signature, et le paiement du solde de 85 % à la livraison de la machine 6 mois plus tard.

### Le Ducroire

**Assurance-crédit**: Dupont peut couvrir les risques d'annulation du contrat et de non-paiement par la société Carnaval contre le paiement d'une prime.

Coût: prime de 1,24% pour un acheteur brésilien de qualité financière moyenne

**Garantie financière**: le Ducroire peut garantir la banque BANK pour permettre à l'entreprise Dupont d'obtenir un crédit d'investissement de EUR 2 millions. La garantie porte sur 50 % du crédit. Coût: pas de coût supplémentaire; uniquement les intérêts du crédit sont dus

**Forfaiting** : Dupont propose à Carnaval un crédit de 5 ans pour le paiement des 85 % à la livraison. Après acceptation du dossier, le Ducroire paie Dupont et prend le risque de non-paiement en charge et la gestion du remboursement du crédit.

Coût : Taux du crédit obtenu pour le brésilien Carnaval : 3,50 %

# Lexique

## pour mieux comprendre l'assurance-crédit

<b>Transaction commerciale / contrat commercial :</b>	Vente de biens ou services traduite dans un contrat commercial signé entre les 2 parties co-contractantes : le vendeur et l'acheteur.
<b>Exportateur :</b>	Société qui vend des biens ou services à l'étranger.
<b>Débiteur :</b>	L'acheteur étranger de la transaction commerciale, ou autrement dit le client étranger du vendeur.
<b>Carence du débiteur :</b>	Défaut de paiement du débiteur.
<b>Résiliation du contrat :</b>	Annulation du contrat commercial par la volonté du débiteur.
<b>Structures des contrats commerciaux :</b>	Principales structures de contrats : l'affaire au comptant, le crédit fournisseur et le crédit acheteur.
<b>Affaire au comptant :</b>	La transaction au comptant a pour principale caractéristique que les opérations d'exportation sont payables selon l'avancement des travaux. Cela présuppose aussi qu'il n'y a pas de crédit bancaire ou de contrat financier directement lié au contrat commercial.
<b>Crédit acheteur :</b>	Crédit accordé au débiteur par la banque de l'exportateur pour financer l'export.
<b>Crédit fournisseur :</b>	Crédit à moyen ou long terme octroyé par l'exportateur à son acheteur (débiteur) dans le cadre de son contrat commercial. L'objet du contrat doit être l'exportation de biens et/ou de services.
<b>Escompte (avec ou sans recours) :</b>	Dans le cadre d'un crédit fournisseur, l'exportateur octroie à son acheteur un délai de paiement sous la forme d'un crédit à moyen ou long terme. Il peut ensuite se retourner vers sa banque pour demander l'escompte de sa créance afin d'en obtenir le paiement immédiat. Dans ce cas, le banquier assumera le risque de la transaction jusqu'à l'échéance (avec ou) sans recours sur l'exportateur.
<b>Forfaiting :</b>	Escompte sans recours financé par le Dueroire pour des montants limités et une durée de 2 à maximum 5 ans.
<b>Police d'assurance :</b>	Document contractuel qui régit les relations entre la compagnie d'assurance et l'assuré et fixe en particulier la liste des événements garantis et les modalités d'indemnisation prévues dans ces cas.
<b>Sinistre et indemnisation :</b>	Le sinistre est constitué par la réalisation de l'évènement prévu dans la Police d'assurance et donne droit à une indemnisation selon les termes de celle-ci.
<b>Quotité garantie ou taux de remboursement :</b>	Pourcentage de la transaction qui sera remboursée par l'assurance en cas de problème. Cette quotité peut monter jusqu'à 98% en fonction des contrats, les formules les plus utilisées étant 90% et 95%.
<b>Délai de constitution de sinistre :</b>	L'assuré ne peut prétendre à l'indemnisation qu'après l'expiration d'une période déterminée : le délai de constitution de sinistre, fixé généralement à 6 mois.
<b>Risques politiques :</b>	Les risques politiques sont définis comme étant les risques d'expropriation, de fait du prince, de guerre, de limitations au transfert de devises.
<b>Fait du prince :</b>	Désigne un acte arbitraire du gouvernement. Il fait partie des risques politiques couverts par l'assurance-crédit.
<b>Limitation au transfert :</b>	Impossibilité d'obtenir le paiement de l'acheteur étranger en raison d'une pénurie de devises ou d'un moratoire général dans le pays de la transaction.
<b>Prime :</b>	La prime est déterminée en fonction du pays de destination, de la qualité financière de l'acheteur et de la durée du contrat. La prime peut également être exprimée en taux qui est à appliquer sur le montant total du contrat.

# Forfaiting

## Proposez du crédit à vos clients

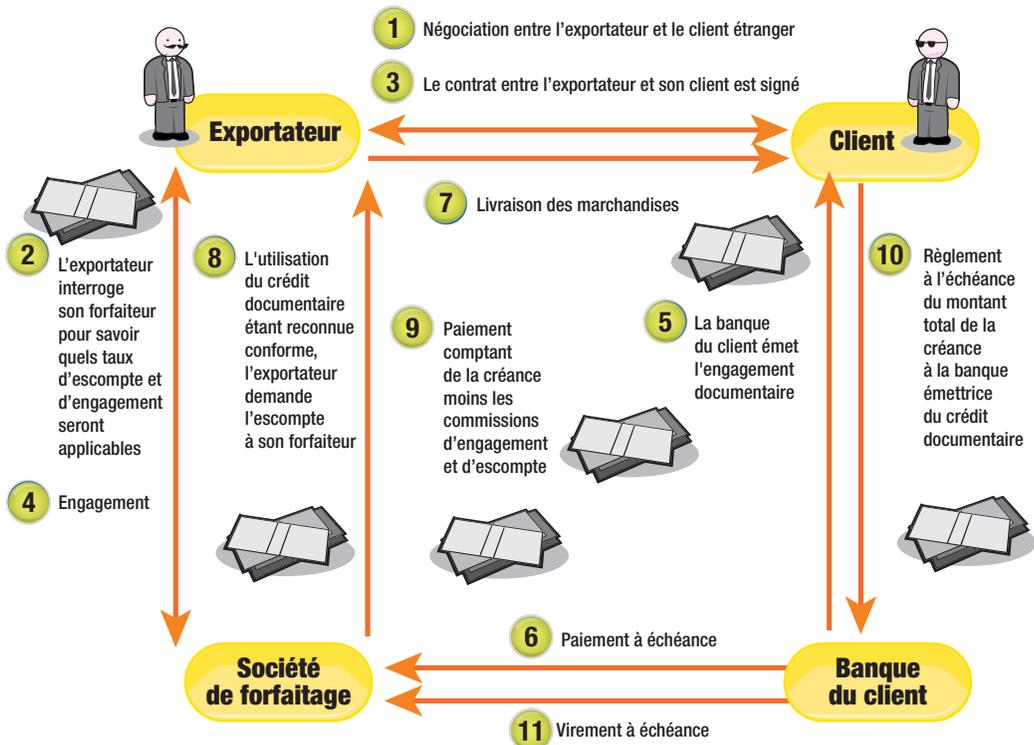
Le forfaiting est une technique de financement des créances moyen-terme. Peu connu, il devrait pourtant séduire nombre d'entreprises par les facilités commerciales qu'il apporte.

Qui n'a pas rêvé un jour de pouvoir dire à son client étranger « *je vous livre demain, vous paierez dans 3 ans* », sans pour autant avoir de risque de non règlement ni de décalage de trésorerie ?

**C'est pourtant possible et relativement simple** : la technique existe de longue date et tend à se démocratiser pour redescendre des plus grands groupes vers les Pme-Pmi. Le forfaiting consiste à vendre sans recours à un organisme financier ou à votre banque une créance sur un débiteur étranger, tout en lui proposant un crédit moyen terme de 2 à 5 ans. Cette méthode permet d'enranger de la trésorerie puisque vous êtes alors payé cash tout en proposant une formule de financement.

**Traditionnellement**, le forfaiting s'adosse sur des signatures bancaires qui servent de garanties comme dans le cas d'un crédit documentaire. Mais le commerce international évoluant, il est possible aujourd'hui d'octroyer un crédit à son client en utilisant son banquier pour le paiement de ses créances aux échéances choisies sans qu'il ait à se porter garant pour autant.

**Seule obligation pour les entreprises** : consulter son organisme financier ou son banquier avant de partir pour être à même de proposer les bonnes conditions.



# Affacturage garantie contre

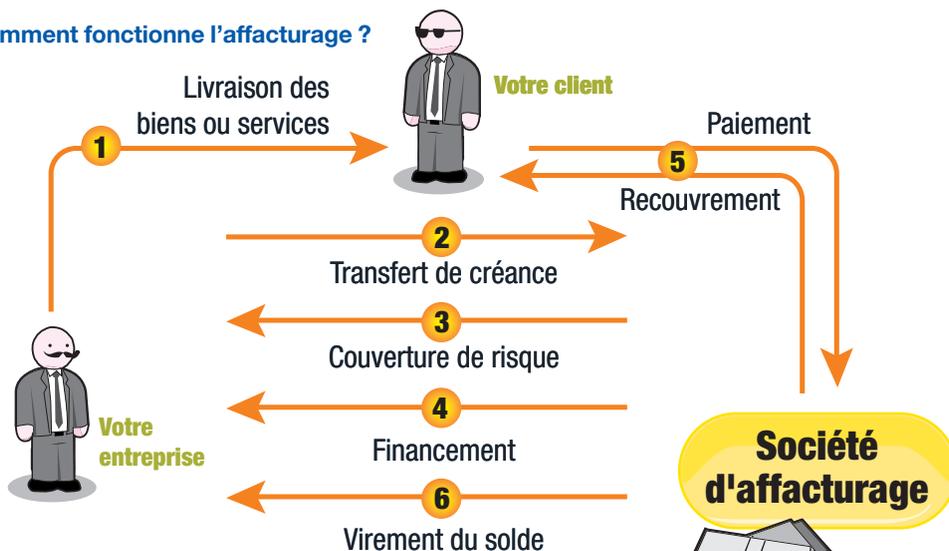
La motivation pour faire appel à l'affacturage est en très grande majorité liée aux capacités de financement du poste client qu'il apporte ; à l'international, les motivations sont aussi dans la capacité du factor à gérer des créances multilingues dans des pays où l'on ne connaît pas bien les usages et qui sont souvent très éloignés.

Le principe de l'affacturage est simple : vous cédez vos créances commerciales (factures) à une tierce partie (le factor), en optant ou non pour une couverture contre le défaut de paiement. Lorsque vous envoyez la facture à votre débiteur, la société d'affacturage peut avancer jusqu'à 85 % du montant de celle-ci. Vous disposez ainsi immédiatement des fonds. La société d'affacturage prend en charge l'encaissement et le suivi de la facture.

Lorsque vous êtes actif à l'étranger, et surtout lorsque vous exportez, il est particulièrement recommandé de confier le suivi, la couverture des risques et le financement de vos créances internationales à une société d'affacturage. Pourquoi ?

1. **Afin de vous couvrir contre le défaut de paiement.** Il n'est en effet pas toujours évident d'évaluer la solvabilité d'un débiteur étranger.
2. **La législation et les usages commerciaux en matière de facturation** peuvent diverger d'un pays à l'autre. Lorsque vous assurez vous-même le recouvrement depuis la Belgique, le manque de connaissance des habitudes locales peut s'avérer préjudiciable.
3. **Vous maîtrisez mieux les risques.** Si votre débiteur étranger venait à faire faillite, votre société d'affacturage disposera, via sa filiale locale, d'une base juridique plus solide qui l'aidera à recouvrer les éventuelles factures en souffrance.

## Comment fonctionne l'affacturage ?



- 1 Vous livrez des biens ou services à vos clients et envoyez ensuite votre facture.
- 2 Vous cédez vos créances à une société d'affacturage.
- 3 Suivant le type de contrat conclu, la société d'affacturage couvrira ou non le risque de non-paiement.
- 4 La société d'affacturage vous crédite immédiatement d'une avance de maximum 85% sur le montant de la facture.
- 5 La société d'affacturage se charge du recouvrement ou de l'encaissement de la facture auprès de vos clients.
- 6 Dès réception du paiement de la facture de la part de votre client, la société d'affacturage verse le solde de la facture sur votre compte.

# les impayés et outil de financement

Les services offerts par la société d'affacturage dépendent de l'organisation de votre entreprise :

## **Vous exportez des produits et établissez vous-même des factures à l'intention de vos débiteurs étrangers.**

Dans ce cas, la société d'affacturage peut, dans la plupart des pays du monde, assurer l'encaissement, le suivi, le financement des factures ainsi que la couverture des risques liés. Pour ce faire, elle peut compter sur son réseau de filiales ou de représentants locaux.

## **Vous facturez par le biais de vos filiales étrangères.**

Dans ce cas, la société d'affacturage proposera, via ses filiales locales, un contrat d'affacturage à vos différentes filiales. De cette manière, votre personnel sur place pourra faire appel à des experts locaux, dans le respect intégral des usages commerciaux locaux et dans leur propre langue.

### **Bon à savoir**

Une assurance-crédit est également très utile pour protéger vos opérations à l'exportation. Via votre assureur-crédit, vous avez en effet notamment accès à :

- des informations sur la solvabilité de vos débiteurs étrangers ;
- des informations concernant les risques spécifiques liés au pays de destination ;
- des garanties bancaires et douanières auprès de votre partenaire commercial étranger ;
- un service de recouvrement lorsque votre débiteur étranger reste en défaut de paiement.



## **L'affacturage, une solution attrayante pour les entreprises**

Hans Jacobs, Directeur Sales & Marketing, BNP Paribas Fortis Factor

« Une entreprise saine financièrement peut avoir avantage à confier l'administration de ses débiteurs à une société d'affacturage. En confiant la gestion de ses débiteurs et le recouvrement des factures à un partenaire externe, l'entreprise peut dès lors se consacrer pleinement à ses activités.

Dans la majeure partie des cas, la société d'affacturage parvient à recouvrer les factures 25 % plus rapidement que le client. L'expérience et l'expertise développées par la société d'affacturage, ainsi que sa notoriété lui permettent d'inciter les débiteurs à mieux respecter leurs délais de paiement. Car personne ne veut donner à un partenaire financier l'impression d'être un mauvais payeur.

Mieux encore, l'affacturage est une forme de financement plus flexible que les crédits bancaires classiques. Pourquoi ? Parce que le financement suit l'évolution du chiffre d'affaires : si le carnet de commandes de l'entreprise gonfle et que son chiffre d'affaires augmente, elle sera confrontée à des problèmes de liquidités du fait de l'augmentation de son besoin en fonds de roulement. L'affacturage est une formule très flexible qui permet de financer ce besoin sur base de l'évolution des créances. L'aspect hors bilan de l'affacturage est également décisif. Les ratios du bilan s'améliorent et il y a un effet positif sur le coût et la disponibilité des autres crédits de l'entreprise ».

●●● **Quels avantages offre l'affacturage ?**

**1. Vous gagnez du temps et de l'argent.**

En confiant votre gestion des débiteurs à un partenaire externe, vous convertissez des frais fixes en frais variables. En plus de réduire les frais de fonctionnement généraux et les frais de personnel, vous évitez de devoir investir continuellement dans de nouvelles technologies. Vous aurez également moins de problèmes en cas de surcroît de travail ou de départ ou encore d'absence prolongée de certains de vos collaborateurs administratifs. L'affacturage vous permet de consacrer plus de temps à vos activités et à vos clients.

**2. Vous évitez les défauts de paiement.**

Puisque la société d'affacturage analyse en profondeur votre portefeuille de débiteurs, vous avez un meilleur aperçu de leur solvabilité. Cette analyse peut également s'appliquer à vos clients potentiels en Belgique et à l'étranger. Vous travaillez ainsi toujours sur la base d'informations commerciales fiables et ne perdez ni temps ni énergie avec des débiteurs présentant un risque élevé. Grâce à son expertise, la société d'affacturage décèle également plus rapidement les éventuelles tentatives de fraude.

Si vous optez en outre pour une couverture contre le risque de non-paiement, vous pourrez vous couvrir jusqu'à 100 % contre le défaut de paiement. Vous éviterez ainsi les problèmes de liquidité causés par des factures impayées et protégerez le patrimoine investi dans votre entreprise. Puisque la société d'affacturage vous verse les sommes dues à un moment fixe après la date d'échéance, vous pouvez planifier avec précision vos rentrées d'argent.

**3. Vous disposez de plus de fonds de roulement.**

Les débiteurs ont tendance à payer plus rapidement une société d'affacturage qu'un fournisseur. De ce fait, la durée moyenne en «days sales outstanding» (DSO) de vos créances diminue. Dès lors, votre entreprise a moins besoin de multiplier les financements et paie donc moins d'intérêts.

En outre, vous arrivez à vos fins sans mettre vos débiteurs sous pression ni écourter vos délais de paiement, deux aspects délicats dans une relation commerciale.

Si vous demandez une avance sur factures à la société d'affacturage, vous évitez les problèmes de liquidité. Votre financement étant lié à votre chiffre d'affaires, vous pouvez couvrir vos besoins en fonds de roulement à l'aide de vos créances commerciales.

**4. Vous bénéficiez de meilleurs ratios et donc d'une plus grande marge de négociation.**

Les solutions d'affacturage assorties d'une couverture du risque permettent, sous certaines conditions, de travailler hors bilan. Cela implique que votre endettement (net) diminue et que les ratios de solvabilité et de liquidité de votre entreprise s'améliorent. Vous êtes donc en position de force pour négocier avec votre banque, mais aussi avec vos fournisseurs, vos principaux débiteurs et vos compagnies d'assurance-crédit.

**5. Vous suivez de près la gestion de vos débiteurs.**

Grâce au suivi et au reporting en ligne, vous restez constamment informé de l'évolution de votre portefeuille de débiteurs. Vous pouvez ainsi demander à tout moment des informations détaillées sur des factures en souffrance, notes de crédit, paiements et litiges et vous connaissez avec précision le montant des liquidités dont vous pouvez disposer.



Credit : Digitalvision

# Green technologies

## INNOVATION ACCELERATOR IN ENVIRONMENTALLY FRIENDLY TECHNOLOGIES

The competitiveness cluster promotes the development of collaborative R&D projects around three hubs: green chemistry, sustainable building and materials and environmental technologies.

Feel inspired



Wallonia.be

GREENWIN

# Garanties

A chaque phase de l'exécution des contrats commerciaux des garanties doivent être mises en place pour couvrir les risques encourus, aussi bien par les acheteurs que par les vendeurs. Les banques fournissent les engagements nécessaires tout en essayant de protéger au maximum les intérêts de chacun. Mais quelles formes donner à ces engagements ?

**Lettre de crédit stand-by :** La Lettre de Crédit Stand-by ou Stand-by Letter of Credit est une garantie documentaire « à première demande » pour garantir l'exécution d'un contrat ou d'une obligation. Stand-by = se tenir prêt ! Prêt à se substituer à la défaillance de l'acheteur ! Instrument de garantie qui bénéficie de règles universellement connues. La plupart des engagements bancaires sont émis sous cette forme aux États Unis et au Canada.

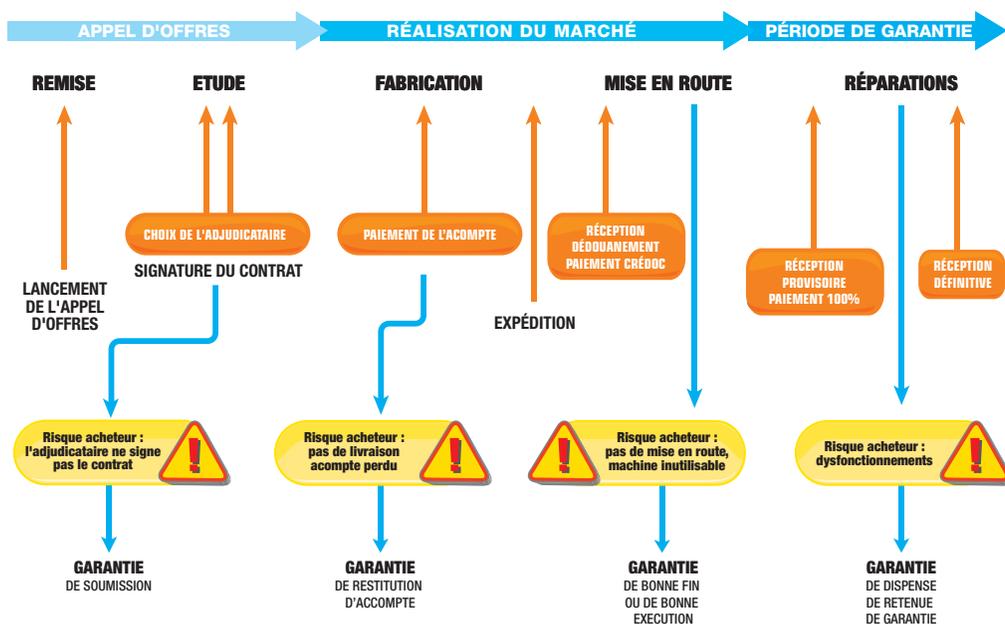
**Garanties bancaires autonomes :** engagement de paiement, autonome par rapport au contrat principal, émis par la banque, sur ordre de son client, en faveur d'un tiers bénéficiaire, si ce dernier estime que le donneur d'ordre peut être défaillant.

Ce sont les plus utilisées. Elles sont régies par le droit belge ou le droit du pays du bénéficiaire et peuvent être soumises à des règles codifiées par la Chambre

de Commerce International (Règles Uniformes relatives aux Garanties sur Demande 758). Certaines comportent la production de documents justificatifs, d'autres sont à simple première demande et, dans ce cas, la vigilance s'impose.

**Garanties émises par les banques locales :** la banque du donneur d'ordre demande à une banque correspondante dans le pays du bénéficiaire d'émettre la garantie sous sa responsabilité et sa contre-garantie dans le cas où seules les garanties émises par les banques locales sont recevables. Le texte de rédaction de la garantie est le plus souvent imposé.

Les réglementations sont différentes selon les pays, mais les entreprises et les banques n'ont malheureusement pas toujours le choix.



## Quel type de garantie choisir ?

Différentes garanties peuvent être imposées dans le cahier des charges de l'entreprise étrangère qui lance un appel d'offres international, ou tout simplement dans les clauses d'un contrat commercial.

### Garantie de soumission

**Un acheteur, public ou privé, veut s'équiper et souhaite obtenir la meilleure offre technique et commerciale.**

Il lance à cet effet un appel d'offres international. Il établit un cahier des charges.

#### Une société en Belgique veut soumissionner.

Pour obtenir le marché, elle devra :

- ➔ Se conformer au cahier des charges
- ➔ Déposer une offre avant la date de clôture
- ➔ Remettre avec son offre une garantie de soumission en faveur de l'acheteur.

- ➔ **Pourquoi ? Garantie de soumission = sécurité pour l'acheteur.**

C'est l'engagement par une banque d'indemniser l'acheteur des frais qu'il aurait engagés dans l'étude de l'offre de la société belge dans l'une des trois situations suivantes :

- ➔ annulation de l'offre pendant la durée de la soumission.
  - ➔ désistement de la société après qu'elle a été choisie.
  - ➔ incapacité de la société choisie à signer le contrat et/ou à faire émettre la garantie de bonne fin.
- C'est pour éviter d'avoir à étudier des offres non sérieuses ou de risquer un éventuel désistement que l'acheteur exigera cette garantie. Elle permet en conséquence de valoriser le sérieux et la fiabilité de l'offre, donc de l'entreprise, et de rassurer les partenaires.

**Montant :** entre 2 et 5% de la valeur de l'offre présentée ou montant forfaitaire (Maroc, Tunisie, Afrique de l'Ouest).

**Durée :** de la date d'émission + délai de validité de l'offre + délai variable selon le cahier des charges.

**Entrée en vigueur :** conseillée à la date d'ouverture des plis.

**Réduction :** pas de possibilité de réduction pendant la validité.

### Garantie de restitution d'acompte

Il sera sans doute prévu dans le contrat que l'acheteur verse un acompte afin que le vendeur puisse lancer la fabrication ou commencer les travaux. L'acheteur accepte de payer ce versement anticipé, sans contrepartie immédiate, dans la mesure où le vendeur lui fournit une garantie de remboursement de son acompte. Elle l'indemniserait dans le cas où le vendeur ne remplirait pas ses obligations contractuelles de livraison ou n'exécuterait pas la prestation commandée telle que prévue au contrat commercial.

- ➔ **Pourquoi ? Garantie de restitution d'acompte = sécurité pour l'acheteur**

La banque s'engage au remboursement total ou partiel de l'acompte au cas où le vendeur ne réaliserait pas tout ou partie de ses obligations contractuelles d'expédition ou ne fournirait pas sa prestation. Il s'agit d'une garantie de remboursement (pas d'indemnisation). L'entrée en vigueur de la garantie de restitution d'acompte peut être liée à la réception de l'acompte sur le compte du vendeur. Elle doit préciser que, faute de réception à une date déterminée, la garantie deviendra caduque. Elle s'amortit au fur et à mesure des expéditions et expire lorsque toutes les livraisons ont été effectuées ou la prestation réalisée.

**Montant :** de 20 à 30 % du montant du marché mais parfois beaucoup plus.

**Durée :** de la réception de l'acompte jusqu'à l'expédition des marchandises conformément à l'Incoterm ou à la livraison de la prestation.

**Entrée en vigueur :** impérativement à la réception de l'acompte sur le compte de l'exportateur.

**Réduction :** au fur et à mesure des expéditions ou livraisons et au prorata du montant de ces dernières.

**Attention :** plus la trésorerie est améliorée (acompte important), plus les lignes et les frais bancaires vont augmenter. ●●●

## ●●● Garantie de bonne fin ou de bonne exécution

### L'entreprise a gagné l'appel d'offres et a été déclarée adjudicataire.

L'acheteur désire maintenant être sécurisé quant à la livraison de la marchandise ou la bonne exécution de la prestation (mise en service de l'équipement). Dans certains cas, la garantie peut aussi couvrir la garantie technique et s'étendre jusqu'à la date de réception définitive. L'émission de cette garantie doit permettre la levée automatique de la garantie de soumission car il est souhaitable que les garanties de soumission et de bonne fin ne coexistent pas. Pour les contrats d'équipements, il est préférable d'organiser sa réduction par référence à des événements précis : livraisons successives, réception sur lots, ...

➔ **Pourquoi ? Garantie de bonne fin = sécurité pour l'acheteur.**

**La banque s'engage à dédommager le bénéficiaire** (l'acheteur) de tout préjudice qu'il pourrait subir du fait d'une mauvaise exécution du contrat (eu égard à la qualité, la quantité ou les délais). Cette garantie est d'autant plus demandée que dans le cas d'un paiement par crédit documentaire, le vendeur dispose d'un engagement de bon règlement tandis que l'acheteur n'est pas couvert contre un risque de non-livraison.

L'acheteur peut aussi être amené à payer tout ou partie de la prestation sur présentation de documents, sans être sûr de la mise en route de l'équipement. La mainlevée dépend de la forme et de la rédaction de la garantie.

Si une date limite de validité a été fixée, la mainlevée est souvent automatique à l'échéance. Sinon, elle intervient, selon les contrats, lors de la livraison des marchandises ou la signature d'un procès verbal de réception provisoire signé par les contractants. Pour les garanties émises par les banques locales, suivant le pays, la garantie reste en vigueur jusqu'à la mainlevée du bénéficiaire.

➔ **Montant :** 10 % à 20 % du montant du contrat

➔ **Durée :** de la date d'émission jusqu'à la date d'expédition, de livraison sur site ou de réception provisoire, selon les conditions de vente et de l'Incoterm.

➔ **Entrée en vigueur :** la garantie de bonne fin est en général délivrée au moment de la signature du contrat et entre le plus souvent en vigueur immédiatement ou bien après réception d'un acompte ou du crédit documentaire prévu pour le règlement du marché.

➔ **Réduction :** possibilité de réduire son montant au fur et à mesure des expéditions et au prorata de leur valeur.

### Garantie de dispense de retenue de garantie

Le contrat commercial prévoit une période de garantie technique sur le matériel ainsi qu'une période de formation pour familiariser les futurs utilisateurs avec le matériel.

➔ **Pourquoi ? L'acheteur n'a pas la certitude, qu'une fois le matériel payé, le vendeur assurera le Service après vente.**

La Garantie de dispense de retenue de garantie permet au vendeur de toucher le dernier terme dès la réception provisoire et garantit à l'acheteur le remboursement de ce terme de paiement au cas où le vendeur ne remplirait pas ses obligations durant la période de garantie technique.

➔ **Montant :** la garantie est émise généralement pour permettre le règlement du dernier terme de paiement du marché et s'élève généralement à 5 à 10%.

➔ **Durée :** de la date d'expédition ou de la réception provisoire, à la réception définitive (c'est-à-dire à la fin de la période de garantie). A noter qu'en cas d'intervention technique en cours de période de garantie contractuelle (de type remplacement de pièces défectueuses), la garantie bancaire devra fréquemment être prorogée afin que les pièces de substitution soient couvertes par une durée de garantie bancaire de même durée que les pièces défectueuses initiales.

➔ **Réduction :** selon les clauses particulières du contrat.

# Autres garanties bancaires

## Les garanties d'admission temporaire

Dans le cadre de la réalisation de chantiers à l'étranger, une entreprise belge peut utiliser du matériel qui sera réexporté à la fin des travaux. De même pour les besoins de participation à des expositions locales, elle peut être amenée à faire entrer sur un territoire étranger du matériel de démonstration ou tout autre marchandise destinée à être réexportée à l'issue de la manifestation. L'administration des douanes locales dispense l'entreprise des droits et taxes exigibles à l'importation, à condition que soit émise une garantie bancaire couvrant le paiement de ces frais, dans le cas où l'entreprise ne réexporterait pas la marchandise et ne réglerait pas les droits dus.

**Durée de validité :** cette garantie ne peut être soldée qu'à réception de la décharge délivrée par les douanes. Cette décharge ne pourra être obtenue que si l'administration a reçu, à défaut du paiement des droits, le document de réexportation des biens concernés.

## Les garanties de découvert local

La filiale à l'étranger d'une société belge ou d'une entreprise établie provisoirement à l'étranger pour l'exécution d'un marché, souhaite bénéficier de concours à court terme auprès d'une banque locale alors que la surface financière de la société n'offre pas les garanties suffisantes.

De même, l'entreprise qui réalise un marché payable partiellement en monnaie locale peut ainsi financer ses dépenses sur place sans transfert de devises, souvent non rapatriables : l'avance obtenue auprès de la banque étrangère est alors remboursée par l'utilisation des devises correspondant à la part payable en monnaie locale.

La banque locale exige une garantie de la banque de l'entreprise belge l'assurant du remboursement des sommes prêtées en cas de défaillance du bénéficiaire des concours bancaires. Dans la majorité des cas, cette garantie est émise sous la forme d'une lettre de crédit stand-by.

**Durée de validité :** la garantie de remboursement de la banque belge ne pourra être soldée que lorsque le découvert sera apuré.

## Les garanties pour absence de connaissance

**Dans le transport maritime, la détention du connaissance ouvre droit à la délivrance de la marchandise.**

Cependant, il arrive que le circuit suivi par le connaissance s'avère plus long que le transfert maritime de la marchandise ou que les trois originaux du connaissance maritime ont été perdus. En pareil cas, l'acheteur ou son représentant n'est pas en mesure de présenter le connaissance au capitaine de navire ou à l'agent du transporteur en contrepartie de la délivrance de la marchandise. Une garantie bancaire peut être émise pour permettre de délivrer la marchandise à l'acheteur qui ne détient pas (encore) le connaissance.

**Spécificités :** cette garantie est émise directement par la banque en faveur du transitaire pour le couvrir des risques induits par la remise de ces marchandises en l'absence de connaissance : obligation d'indemniser ultérieurement un porteur de bonne foi de l'original du connaissance...

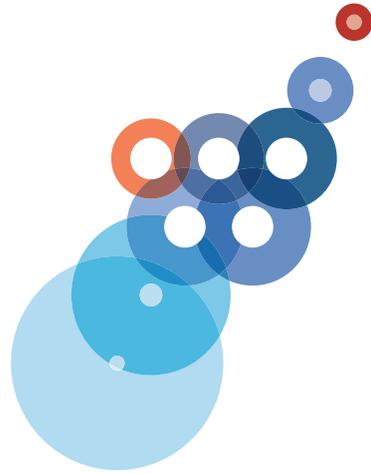
Les bénéficiaires essaient souvent d'imposer des textes draconiens sans limite de montant et sans date de validité avec des clauses telles que : « déclarons nous engager à prendre toutes responsabilités directes ou indirectes à notre charge...ainsi que tous les débours de tous genres qui pourraient en tout temps découler du fait que ces marchandises ont été délivrées sans présentation de ce connaissance... et à vous rembourser immédiatement et à première demande, toutes sommes que vous pourriez éventuellement payer, et cela, sans aucune autre formalité que la présentation de votre note ».

Beaucoup de banques refusent d'émettre cet engagement dans la version la plus contraignante (absence de montant et de date de validité). En conséquence, l'émission de l'engagement doit être limitée :

➔ **en montant**, avec un maximum envisageable de 150 % de la valeur des marchandises

➔ **en durée**, avec une période de validité maximale limitée à deux ans à compter de la date du connaissance.

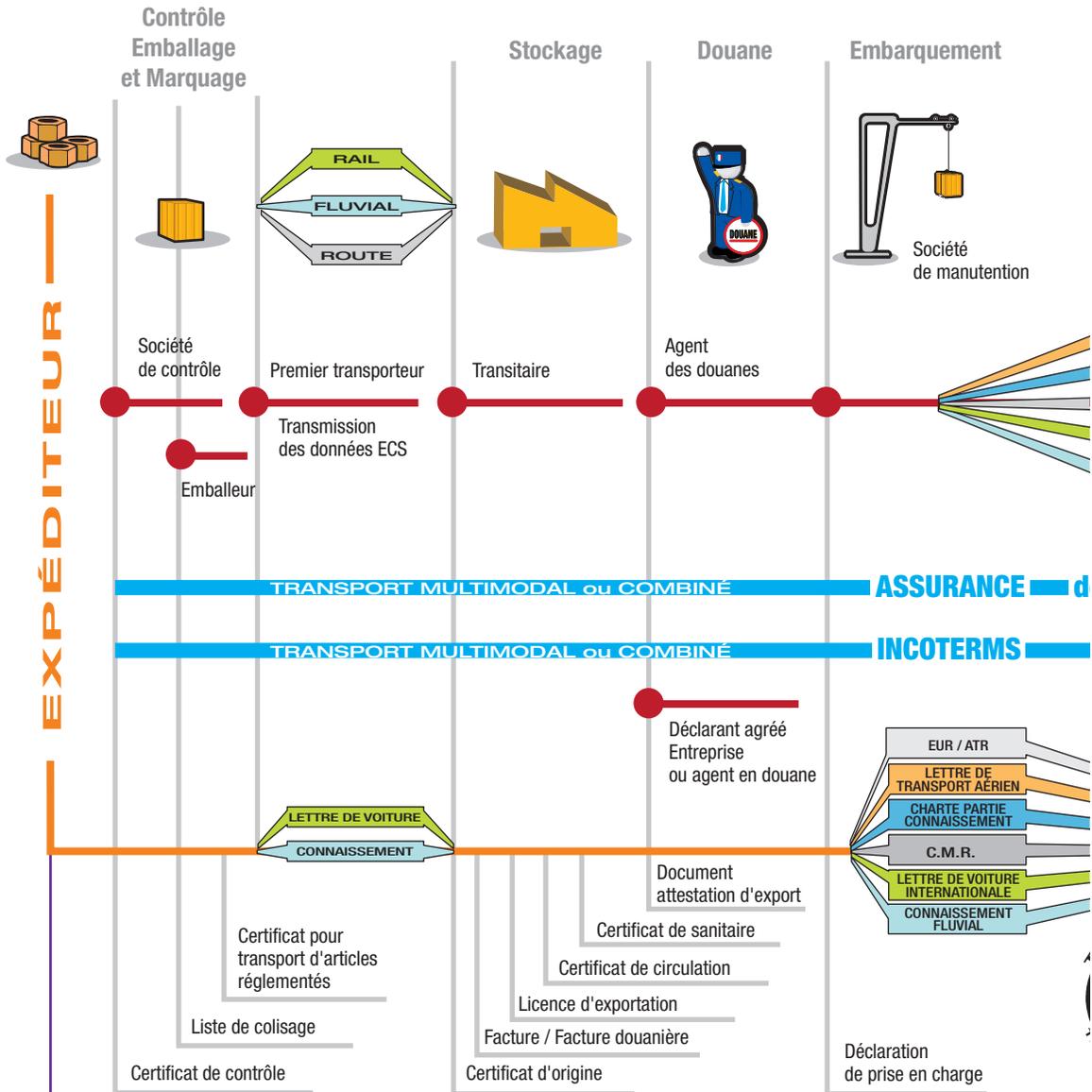




# Le transport et la logistique

# Organisation du transport

**PRÉ-ACHEMINEMENT** **TRANSPORT**



**Intervention pré-transport :**  
 Approche commerciale et financière - AWEX - Chambres de Commerce  
 Banques - Garanties - Assurances - Assureurs crédit

Source : IFEP

# international

## INTERNATIONAL

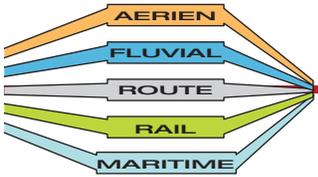
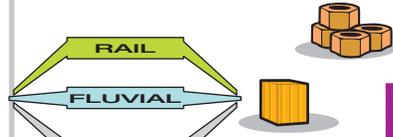
## POST-ACHEMINEMENT

Débarquement

Douane

Stockage

DESTINATAIRE



Transitaire

Déclarant agréé

Ultime transporteur

Importateur  
ou agent en douane

des MARCHANDISES

TRANSPORT MULTIMODAL ou COMBINÉ

TRANSPORT MULTIMODAL ou COMBINÉ

Agent  
des douanes

LETTRE DE VOITURE  
CONNAISSEMENT

Déclaration d'import

Visa technique D.I.

Licence d'importation

Attestation de prise en charge



# Incoterm® 2010 **rappel**

Simplification et modernisation, tels sont les deux maîtres-mots de cette réforme qui impacte tous les échanges internationaux. Le graphique ci-dessous reprend les 5 Incoterms® qui devraient être les plus fréquemment utilisés. Décryptage en 7 points.

## Réduction du nombre d'Incoterms® de 13 à 11

Les règles Incoterms 2000 DAF, DES, DEQ et DDU ont été remplacées par deux règles nouvelles qui peuvent être utilisées quel que soit le mode de transport convenu à savoir DAT livré au Terminal et DAP livré au lieu choisi.

## Distinction entre Incoterms® maritimes et multimodaux

Les Incoterms® 2010 font désormais la distinction entre les Incoterms® purement maritimes et fluviaux (FAS, FOB, CFR et CIF) et les Incoterms® multimodaux (EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP et DDP).

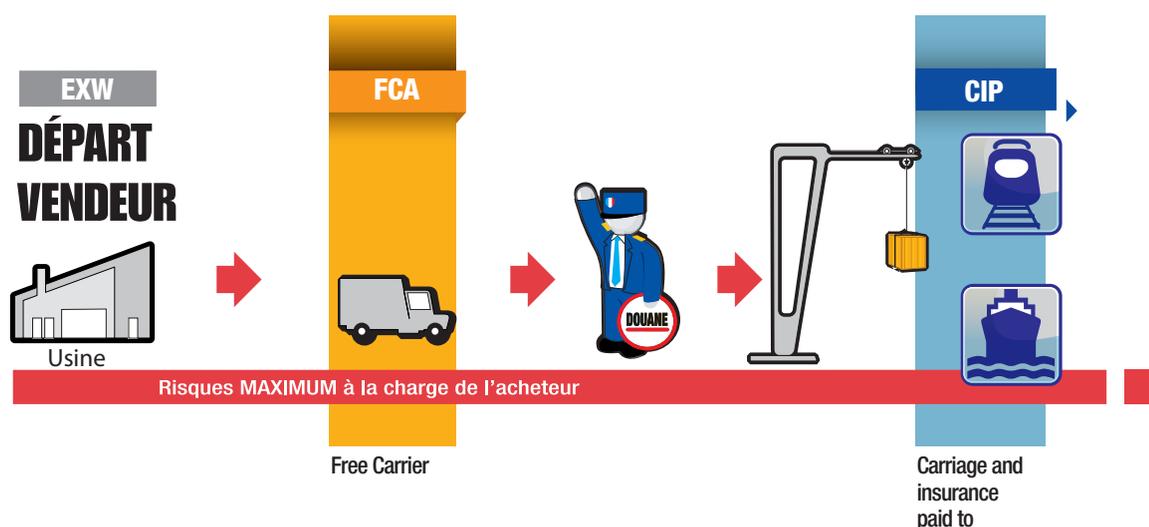
## Pour le commerce international et national

Le sous-titre des Règles Incoterms® 2010 indique expressément que ces règles peuvent être utilisées dans les contrats de vente tant internationaux que nationaux.

## Des Notes-conseils pour les utilisateurs

Au début de chaque Règle Incoterms® 2010, le lecteur trouvera une Note-Conseil. Ces notes expliquent les caractéristiques essentielles de chaque règle Incoterms® : quand il convient de l'utiliser, à quel moment les risques passent d'une partie à l'autre, ainsi que le mode de répartition des frais entre acheteur et vendeur.

Schéma à titre indicatif, pour le DAT et le DAP, le terminal convenu pouvant se trouver dans le port ou au lieu de destination convenu.



# des principaux changements

## Communication électronique

Les versions antérieures des Incoterms® indiquaient spécifiquement les documents pouvant être remplacés par des messages EDI. Les articles A1/B1 des Règles Incoterms® 2010 donnent désormais aux moyens de communication électronique le même effet qu'aux communications par papier.

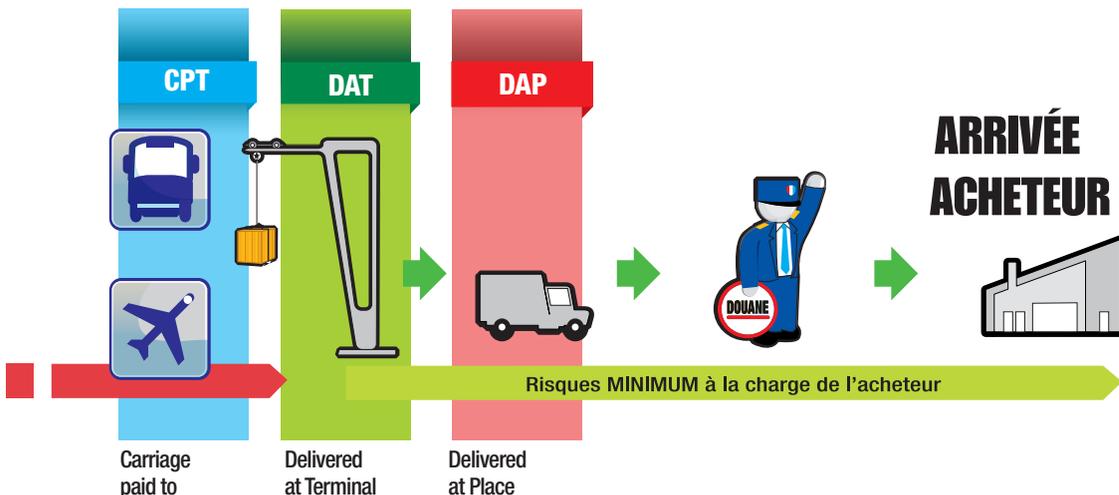
## Contrôle de sécurité et dédouanement des marchandises : informations à fournir

Les nouvelles règles répartissent les obligations incombant aux acheteurs ou aident à obtenir le dédouanement de marchandises donnant lieu à des contrôles de sécurité tels que visés aux articles A2/B2 et A10/B10 de diverses règles Incoterms®.

## Terminal Handling Charges

Dans la pratique, les frais de manutention au terminal étaient souvent payés deux fois par l'acheteur (vendeur et à l'exploitant du terminal ou au transporteur). Les Règles Incoterms® 2010 cherchent à éviter pareille situation en précisant clairement la répartition des frais dans les articles A6/B6 des règles appropriées.

**A noter :**  
**Suppression de la notion de bastingage.**  
 Les nouveaux Incoterms® 2010 mettent fin, pour les marchandises expédiées en maritime, au fameux "passage du bastingage du navire" qui datait des 16e et 17e siècle et qui est aujourd'hui obsolète.



# Incoterms® 2010 : définitions

Les nouveaux Incoterms® 2010, applicables depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011, sont adaptés aux conditions du commerce international d'aujourd'hui : conteneurisation, impératifs sécuritaires, dématérialisation des documents... Ci-dessous les 11 nouveaux Incoterms®.

## Incoterms maritimes

### FAS

“Franco le long du navire” signifie que le vendeur a dûment livré lorsque les marchandises sont placées le long du navire, sont dédouanées à l'exportation (par exemple, sur un quai ou un chaland désigné par l'acheteur au port d'expédition choisi). Il y a transfert des risques pour perte des marchandises ou dommages à celles-ci, lorsque lesdites marchandises sont le long du navire. L'acheteur doit à partir de ce moment supporter tous les coûts.

### FOB

“Franco bord” signifie que le vendeur livre les marchandises à bord du navire désigné dédouanées à l'exportation par l'acheteur et au port d'embarquement désigné ou qu'il se procure les marchandises déjà ainsi livrées aux fins de leur transport jusqu'au lieu de destination désigné par les soins du vendeur. Il y a transfert des risques pour perte des marchandises ou dommages à celles-ci, lorsque les marchandises sont à bord du navire et c'est à partir de ce moment que l'acheteur doit supporter tous les frais.

### CFR

“Coût et fret” signifie que le vendeur livre les marchandises à bord du navire ou se procure les marchandises déjà ainsi livrées. Il y a transfert des risques pour perte des marchandises ou dommages subis par celles-ci, au moment où les marchandises sont mises à bord du navire. Le vendeur doit s'engager par contrat à payer les frais et le fret nécessaires pour assurer l'acheminement des marchandises jusqu'au port de destination désigné (déchargement au frais de l'acheteur).

### CIF

“Coût, assurance et fret” signifie que le vendeur livre les marchandises à bord du navire ou se procure des marchandises déjà ainsi livrées. Il y a transfert des risques pour perte des marchandises ou dommages à celles-ci au moment où lesdites marchandises sont à bord du navire. Le vendeur doit conclure un contrat l'obligeant à payer les frais de fret liés à l'acheminement des marchandises jusqu'au port de destination désigné. Il souscrita, en plus, une assurance “tous risques” couvrant les risques encourus par la marchandise pendant le transport au bénéfice de l'acheteur.

## Incoterms multimodaux

### EXW

“A l'usine” signifie que le vendeur a dûment livré les marchandises dès lors que celles-ci ont été mises à la disposition de l'acheteur dans ses locaux propres ou dans un autre lieu dûment désigné (atelier, usine, entrepôt etc.). Le vendeur n'a pas à charger les marchandises sur un quelconque véhicule d'enlèvement; il n'a pas non plus à accomplir les formalités douanières à l'exportation, dans les cas où ce dédouanement s'applique. Cet Incoterm® est à déconseiller pour les deux parties car l'acheteur ne peut généralement pas procéder aux opérations de chargement et de dédouanement dans le pays du vendeur.

### FCA

“Franco transporteur” signifie que le vendeur livre les marchandises au transporteur ou à une autre personne nommée par l'acheteur, dans les locaux du vendeur, ou dans tout autre lieu désigné.

### CPT

La marchandise est livrée par le fournisseur au lieu convenu avec l'acheteur dans le pays d'arrivée mais les risques sont transférés à l'acheteur dès que la marchandise est remise, au lieu d'enlèvement, au premier transporteur. Le vendeur doit seulement payer le coût du transport jusqu'au lieu de destination convenu.

### CIP

La marchandise est livrée par le fournisseur au lieu convenu avec l'acheteur dans le pays d'arrivée mais les risques sont transférés à l'acheteur dès que la marchandise est remise, au lieu d'enlèvement, au premier transporteur.

Le vendeur doit seulement payer le coût du transport jusqu'au lieu de destination convenu.

Il souscrita, en plus, une assurance « Tous Risques » couvrant les risques encourus par la marchandise pendant le transport au bénéfice de l'acheteur.

### DAT

“Rendu au terminal” signifie que le vendeur a dûment livré dès lors que les marchandises une fois déchargées du moyen de transport d'approche sont mises à disposition de l'acheteur au terminal désigné dans le port ou au lieu de destination convenu.

Le vendeur supporte donc tous les frais et tous les risques jusqu'à ce que la marchandise soit déchargée au terminal d'arrivée (port ou aéroport).

**DAP**

“Rendu au lieu de destination” signifie que le vendeur a dûment livré dès lors que les marchandises sont mises à disposition de l'acheteur sur le moyen de transport prêt pour le déchargement à l'endroit ou au lieu de destination convenu.

Le vendeur supporte donc tous les frais et tous les risques jusqu'à ce que la marchandise arrive au point de destination, mais le dédouanement à l'importation et toutes les taxes (droits de douane, TVA, ...) doivent être acquittés par l'acheteur au moment du passage en douane dans le pays d'importation.

**DDP**

“Rendu droits acquittés” signifie que le vendeur a dûment livré dès lors que les marchandises sont mises à disposition de l'acheteur, dédouanées à l'importation à l'arrivée sur le moyen de transport, et qu'elles sont prêtes pour le déchargement au lieu de destination convenu. Le vendeur doit assumer tous les frais et risques liés à l'acheminement des marchandises jusqu'à ce lieu et a l'obligation de dédouaner les marchandises.

Dans la pratique, cet incoterm est à déconseiller sauf si le vendeur possède un établissement stable (au sens fiscal) dans le pays de l'acheteur.

Un certain nombre de pays ne permettent pas à une société étrangère n'ayant pas d'établissement stable d'accomplir des formalités de douane à l'importation.

**Comment décortiquer les coûts d'acheminement dans le prix de vente / d'achat (exemple maritime)**

**Coût du produit**

- + Frais d'adaptation coût du paiement international
- + Coût de couverture de change frais d'emballage (supérieur en transport international)
- + Frais d'avance de trésorerie par rapport à la vente du produit
- + Frais de contrôle de conformité de l'expédition
- = EXW**
- + Frais de chargement et formalités de douane export
- = FCA** (entrepôt du vendeur)
- + préacheminement
- = FCA** (lieu convenu : port - aéroport)
- + Frais portuaires avant l'embarquement (manutention, stockage, taxes portuaires)
- = FAS** (port de départ)
- + Frais de chargement à bord du navire
- = FOB** (port de départ)
- + Fret maritime + frais accessoires (surcharges BAF carburant et devise CAF)

- = CFR** port d'arrivée/CPT s'il s'agit d'un transport principal terrestre et/ou aérien et/ou incluant un post-acheminement multimodal
- + Assurance minimum
- = CIF port d'arrivée / CIP** s'il s'agit d'un transport principal multimodal
- + Frais de stockage dus au transit time d'approvisionnement
- + Acheminement jusqu'au terminal
- = DAT** (terminal convenu)
- + Frais de stockage dus au transit time d'approvisionnement
- + Frais de transport jusqu'à la frontière (si le pays d'arrivée n'a pas de côte maritime)
- + Frais de transport jusqu'à destination
- = DAP** (lieu convenu pouvant être au port ou à l'aéroport ou encore chez le client final)
- + Droits de douane et taxes (accises...) et formalités d'importation
- = DDP** (hors TVA)
- + TVA
- = DDP avec TVA**

●●● **Transferts de frais :** Les Incoterms® déterminent à qui, du vendeur ou de l'acheteur, incomberont les frais d'emballage, de vérification des marchandises, de transport, d'assurances, de formalités de douane import et export ainsi que des droits et taxes à l'importation.



	EMBALLAGE	CHARGEMENT camion, wagon EMPOTAGE conteneur usine	ACHEMINEMENT aéroport, port, plate-forme de groupage au terminal	DOUANE formalités export	MANUTENTION aéroport, port, PLATE-FORME de groupage au terminal	TRANSPORT PRINCIPAL	ASSURANCE TRANSPORT	MANUTENTION aéroport, port, PLATE-FORME de groupage au terminal	FORMALITÉS douanières import Droits et taxes	ACHEMINEMENT à l'usine ou entrepôt d'arrivée	DÉCHARGEMENT en usine ou entrepôt d'arrivée
<b>INCOTERMS® transports maritimes et fluvial</b>											
FAS											
FOB											
CFR											
CIF											
<b>INCOTERMS® transports multimodaux</b>											
EXW											
FCA											
CPT											
CIP											
DAT											
DAP											
DDP											

■ Frais à la charge du vendeur   
 ■ Frais à la charge de l'acheteur   
 ■ Aucune obligation ni pour l'un, ni pour l'autre  
■ Selon lieu convenu   
 ■ Selon terminal convenu

**Transferts de risques :** Le tableau ci-dessous synthétise les transferts de risques entre le vendeur et l'acheteur en fonction du choix de la règle Incoterms®.



	EMBALLAGE	CHARGEMENT camion, wagon EMPOTAGE conteneur usine	ACHEMINEMENT aéroport, port, plate-forme de groupage au terminal	DOUANE formalités export	MANUTENTION aéroport, port, PLATE-FORME de groupage au terminal	TRANSPORT PRINCIPAL	MANUTENTION aéroport, port, PLATE-FORME de groupage au terminal	FORMALITÉS douanières import Droits et taxes	ACHEMINEMENT à l'usine ou entrepôt d'arrivée	DÉCHARGEMENT en usine ou entrepôt d'arrivée
<b>INCOTERMS® transports maritimes et fluvial</b>										
FAS										
FOB										
CFR										
CIF										
<b>INCOTERMS® transports multimodaux</b>										
EXW										
FCA										
CPT										
CIP										
DAT										
DAP										
DDP										

■ Risque pour le vendeur   
 ■ Risque pour l'acheteur   
 ■ Selon lieu convenu   
 ■ Selon terminal convenu  
 Livraison au 1<sup>er</sup> transporteur (le risque est pour l'acheteur dans la majeure partie des cas).

## Pourquoi et auprès de qui s'assurer ?

Hormis pour les opérations sous Incoterm CIF ou CIP, il n'y a aucune obligation pour le chargeur (fournisseur ou exportateur) de souscrire une assurance. L'expéditeur a donc le choix de ne pas assurer l'opération, mais en cas de dommage, perte, ou litige en cours de transport, il ne pourra prétendre à aucune autre indemnisation que celle de son transporteur pour autant qu'il y ait faute de sa part. Une indemnisation est généralement limitée, sous conditions, et déterminée par la Convention Internationale du mode de transport concerné.

## Responsabilité et garantie des transporteurs

Afin d'assurer la livraison vers son client ou d'acheminer ses approvisionnements, l'exportateur et l'importateur font appel à des prestataires de service qui s'occupent principalement du transit ou transport des marchandises, des opérations douanières, des informations sur les réglementations et les différents modes de transport. Chaque mode de transport est régi par une convention internationale et a ses propres documents (Bill of lading et Sea waybill pour le maritime, LTA pour l'aérien, CMR pour le routier, CIM pour le ferroviaire...).

## Les réglementations du transport de matières dangereuses

Chaque mode de transport dispose d'une réglementation spéciale pour le transport des matières dangereuses. Toutes ces réglementations ont fait l'objet de nombreux changements. Il convient donc de suivre avec vigilance l'évolution de ces réglementations.

Les interdictions de chargement en commun énoncent dans un chapitre spécifique les dispositions concernant les conditions de transport, chargement, déchargement, manutention, etc. des matières dangereuses. Elles précisent notamment quelles classes de matières dangereuses peuvent être chargées en commun ou sont au contraire incompatibles lors d'un même chargement.

Les matières dangereuses n'empruntent pas qu'un seul mode de transport maritime ou aérien, elles ont été acheminées au port ou à l'aéroport par un transport routier qui a des règles pour les matières dangereuses différentes des deux autres. Ainsi en Belgique, les notices de sécurités remises au transporteur routier devront être rédigées en français si les marchandises partent de Wallonie mais également en néerlandais si l'exportateur les envoient au départ du port d'Anvers ou de l'aéroport de Zaventem en plus des documents requis pour le transport maritime et aérien.

## Certification, emballage, marquage, contrôle

Un nombre croissant de pays demande que les produits importés et/ou commercialisés soient aux normes locales ou internationales.

Il s'agit de vérifier la sûreté et la sécurité des marchandises et, en même temps, de protéger la santé publique et l'environnement. Ces vérifications sont effectuées, soit à l'arrivée dans le pays d'importation, soit au départ dans le pays de l'exportateur. Dans ce second cas, des sociétés indépendantes sont accréditées par les gouvernements étrangers pour délivrer après contrôle le certificat de conformité. Elles sont aussi l'interface auprès des autorités locales pour obtenir ce certificat. L'obtention des certificats avant l'expédition permet d'être en règle avec les douanes locales, de s'affranchir des aléas d'une certification locale et d'obtenir des produits officiellement autorisés à la vente et à la publicité. L'emballage sert à protéger votre produit, notamment lors des manipulations liées au transport et au stockage. Un mauvais emballage peut occasionner un préjudice commercial (l'aspect extérieur du produit n'étant alors ni valorisant, ni sécurisant, quant à la qualité de son contenu), un préjudice financier direct (lorsque le destinataire refuse le paiement ou la prise en charge de la marchandise), ou encore un préjudice au niveau de la couverture des risques. L'absence ou l'insuffisance d'emballage figure en effet parmi les clauses de rejet de couverture des assurances transport.

Pour ces raisons, l'emballage et le marquage doivent être adaptés au produit (poids, fragilité, matière, état...), comme au mode de transport, à l'environnement (climat), à la réglementation locale et à la durée de stockage.

A noter :

1/ la norme NIMP 15 : Cette norme vise à réglementer les bois utilisés pour l'emballage et instaure un système de traitement phytosanitaire qui consiste, soit à chauffer le bois, soit à le fumiger. De très nombreux pays l'utilisent.

2/ L'inspection avant embarquement (IAE) : Dans certains cas, la cargaison peut faire l'objet de contrôle par un organisme agréé, imposé par des contrats gouvernementaux.

# Taxation maritime

## Le calcul du FOB par conteneur

La mise à FOB comprend tous les frais d'approche d'un port ou d'une base de groupage. Y sont inclus le transport routier, les frais de manutention portuaire ou de groupage, la douane export et l'établissement de l'ensemble des documents nécessaires à l'exportation. En Belgique, les frais de transport routier d'approche sont en général limités puisque selon que l'on se trouve dans la zone portuaire d'Anvers ou à l'intérieur du pays, le coût d'envoi d'un conteneur pour chargement par l'expéditeur ainsi que le retour du conteneur chargé au port d'Anvers sont de l'ordre de 300 à 600 EUR y compris deux heures de chargement et, s'il y a lieu, de dédouanement export.

## Les opérations prises en compte

### Expédition LCL

→ **Approche** : calage, arrimage, transport et désarrimage. Les coûts liés à ces opérations varieront en fonction des poids et volumes du fret considéré, et de la distance usine/entrepôt du transitaire.

→ **FOB** : déchargement, passage à quai, empotage, calage, livraison au port (LO/LO), douane et documents divers. Le coût de ces opérations est généralement supérieur si l'opération est réalisée en zone portuaire. Pour réduire les coûts, il convient donc de trouver un transitaire qui possède un réseau de prestataires de services situé en dehors du port proprement dit.

### Expédition FCL

→ **Approche** : Positionnement conteneur vide + retour plein au port. Frais variables suivant le type de conteneur et la distance lieu empotage/port.

→ **FOB** : LO/LO, douane et documents divers. Le coût correspondra au forfait LO/LO + Forfait THC/CSC (frais d'embarquement ou de débarquement) + Forfait douane.

## Le calcul du fret

### Expédition BULK (marchandises non conteneurisée)

Jusqu'au 18/10/08, les tarifications étaient fixées par les conférences maritimes selon des principes plus ou moins communs à tous. Le coût du transport est fonction de la destination et du type de marchandise, et établi à l'Unité Payante (UP), la tonne ou le m<sup>3</sup>: la base de tarification étant de 1 T = 1 m<sup>3</sup>. Le coût retenu sera "à l'avantage du transporteur" ce qui veut dire que le chargeur paiera sur la base du plus élevé des deux chiffres de la masse en tonnes et du volume en m<sup>3</sup>. Par ailleurs, il existe pratiquement toujours un

minimum de taxation applicable aux petits colis, et des règles particulières pour certaines marchandises qui sont taxées à l'unité et non à l'UP (voitures, animaux...).

### Expédition FCL

Les expéditions en conteneur LCL (Less Container Loaded) sont facturées au donneur d'ordres selon :

1. **le coût du fret** réclamé par les compagnies maritimes.

2. **le type de conteneur** (GP/normaux, OT/Open Top, frigorifique, FR/plateforme) et sa dimension (20'/40'/45').

3. **le volume occupé** par la marchandise (gerbable/empilable ou non).

4. **le poids chargé** (attention à la limite de tonnage acceptable du conteneur mais aussi aux contraintes routières de limitation de poids pour le pré et le post-acheminement).

### 5. Les exigences éventuelles de délai

Un forfait "box rate", qui dépend du type de conteneur et de la liaison concernée, est également appliqué.



Crédit : Sylvain Etak

### Dans tous les cas

À ce fret de base seront ajoutés la manutention portuaire selon les cas, la tarification des conteneurs et taxes optionnelles, les “Liner terms” et coûts de fumigation si nécessaire.

**A noter** En cette période de crise, les taux de fret maritimes sont au plus bas. En surcapacité, les compagnies dont la survie est menacée multiplient les surcharges de toutes sortes (Cf paragraphe suivant), qui peuvent à elles seules doubler le prix de base du fret.

### Les taxes optionnelles

A ces frais de FOB et de fret peuvent être ajoutées :

- **Surcharge de dangereux.**
- **Surcharge portuaire**
- **Surcharge colis lourd**, applicable généralement pour les colis de plus de 25 tonnes.
- **Surcharge colis long**, pour les colis mesurant plus de 12 m de long, ou en cas de dépassement en hauteur des conteneurs (frais d'élingage supplémentaires lors de la manutention sur le port).
- **Surfret d'encombrement ou congestion charge** : variable suivant l'encombrement des ports.
- **BAF ou Bunker Adjustment Factor** : taxe servant à compenser les variations des prix des carburants. Frais variables selon publication de la ligne maritime utilisée.
- **CAF ou Currency Adjustment Factor** : taxe servant à compenser les variations des cours des monnaies.

### Les liner terms

Termes standardisés qui fixent la part des opérations de chargement et de déchargement incluses dans un fret maritime. Ces “Conditions de lignes régulières” définissent les limites du contrat de transport maritime.

Elles déterminent la frontière juridique de responsabilité en précisant comment s'entend la prestation maritime fournie par l'armateur, la prestation “fret maritime” pouvant couvrir ou non (en fonction des pratiques d'une ligne régulière ou d'une conférence

entre ports d'embarquement et de débarquement) tout ou partie des opérations de chargement et de déchargement. En effet, les taux de fret annoncés par les compagnies maritimes incluent un nombre plus ou moins grand d'opérations portuaires.

Par exemple, un fret côté bord/bord ne comprend ni les frais de chargement ni les frais de déchargement des marchandises. A l'inverse, une prestation cotée quai / quai inclut tous les frais connexes aux opérations de saisissage.



Crédit : Sylvain Etak

# Taxation du fret routier

Malgré la multitude des paramètres pris en compte pour le calcul du coût de transport routier, la liberté des tarifs liée à une forte concurrence permet des plages de négociation intéressantes au chargeur.

En Belgique, le nombre de transporteurs étrangers étant très important, on assiste depuis quelques années à une évolution : les transitaires cherchent à capter le marché de transport routier international en appliquant aux chargeurs un prix de transport lié au kilomètre. Ces derniers bénéficient, via des bourses de fret, de prix d'achat transport relativement bas appliqués par les transporteurs est-européens ou d'autres nationalités ouest-européennes qui cherchent un fret de retour pour rentrer dans leur pays d'origine.

## Deux critères sont toujours déterminants pour la fixation du tarif :

→ **La nature et le volume** de votre marchandise qui conditionneront le type d'expédition. Si votre produit est particulièrement important ou volumineux, vous expédiez par camion complet. Mais s'il s'agit de petites quantités, vous relèverez du groupage (messagerie pour les envois de moins de 3 T et contrat général pour les envois de plus de 3 T et plus de 200 km). Dans tous les cas vous devrez adapter l'emballage à votre produit et au véhicule utilisé pour influencer sur le coût de transport.

→ **La destination ou la provenance**, puisqu'en fonction de celle-ci varieront le nombre de kilomètres et les infrastructures empruntées (péages, ferries, taxes de route, ...).

→ **Tarifcation en camion complet** : cette tarification est toujours forfaitaire et fonction de la destination, du délai de livraison demandé, et du type de camion requis. Elle est généralement négociée au cas par cas, de grandes fluctuations sur une même destination étant possibles, en fonction de la saisonnalité et donc de la disponibilité des camions.

**A noter** que dans le coût du km, au delà du carburant, de l'amortissement du camion (et de ses accessoires) et du coût horaire de la main d'œuvre, entre également une variable qui est fonction du chargement que le transporteur est susceptible de trouver au retour : il ne suffit pas au transporteur de vendre un aller avec un camion plein, encore faut-il que le camion revienne et puisse trouver du fret au retour.



Credit : Daimler Trucks

→ **Tarifcation du groupage** : suivant les prestataires et le type de transport (messagerie, express, lots,...), la cotation peut être faite en fonction du poids, de l'occupation au sol, du volume, de la distance à parcourir, ... Pour l'express, la taxation se fait également suivant le type de véhicule utilisé.

→ **Pour la messagerie**, des tarifs établis par zone de destination sont souvent proposés par les commissionnaires de transport : ils sont indépendants de la nature de la marchandise et ne varient qu'en fonction du poids et de la distance. Des taxes spécifiques peuvent être appliquées et liées à la localisation même de l'expéditeur ou du destinataire par exemple (surcoût de ramasse / hors zone si le transporteur choisi n'a pas une tournée près de l'expéditeur ou si le destinataire est dans un petit village difficilement accessible, ou s'il n'a pas de moyen de déchargement, ce qui est souvent le cas dans les Pays de l'Est), ou au pays de destination (droits de passage ou d'emprunt des voies routières dans certains pays, taxes si le véhicule utilisé n'est pas en conformité avec la réglementation locale...), ou taxe produit dangereux, ...

## Le contrat général

Le mètre de plancher (surface au sol), le volume de la marchandise dans le camion et son poids, appelés "coefficient d'occupation" détermineront le coût de transport. Plus la marchandise sera encombrante au sol, lourde ou volumineuse, plus le coefficient sera fort.

## Le transport au départ ou à destination de la Belgique est hautement concurrentiel

L'étroitesse du territoire, la situation du pays au centre l'Europe dans l'axe "Nord-Sud" lié à la présence d'un port qui dessert un hinterland s'étendant loin à l'intérieur des deux principaux partenaires économiques que sont l'Allemagne et la France fait que les transporteurs étrangers présents en Belgique sont légions.

Il est utile de savoir qu'un transporteur étranger membre d'un pays de l'UE qui a effectué un transport international à destination de la Belgique peut enchaîné jusqu'à trois transports intérieurs dans une période de 7 jours.

Les transporteurs belges avaient déjà créés de nombreuses filiales dans les pays de l'Est et au Grand-Duché de Luxembourg pour bénéficier de règles fiscales et sociales plus favorables à leur activité pour le transport routier international conventionnel.

Le transport routier des conteneurs vers l'hinterland du port d'Anvers que ce soit en Belgique ou dans les pays limitrophes est à son tour touché par ce phénomène.

Il est à noter qu'il est hautement recommandé aux entreprises belges de s'assurer en assurance-transport "tous risques" y compris pour le pré ou le post-acheminement car les assurances responsabilités civiles des transporteurs sont généralement souscrites dans leur pays d'immatriculation et il pourrait être difficile pour l'entreprise belge de se faire indemniser en cas de faute du transporteur.

V.R.

### Il existe des rapports liants ces critères :

**Le rapport entre le poids et le volume (RPV)** est de 330 kg/m<sup>3</sup> (le RPV peut varier suivant les entreprises de transport).

**Le rapport entre le poids et l'occupation au sol** est de 1.790 T/mètre de plancher (ce critère varie également suivant les entreprises de transport).

En Belgique, le marché est très segmenté entre d'une part des transitaires spécialisés dans le groupage et d'autres dans les camions complets. Un marché de niche est réservé dans une relation directe entre entreprises et transporteurs proprement dits pour les produits nécessitant des véhicules spéciaux (température dirigée, transport de liquide, ...).

Les éditions  
**CLASSE EXPORT**

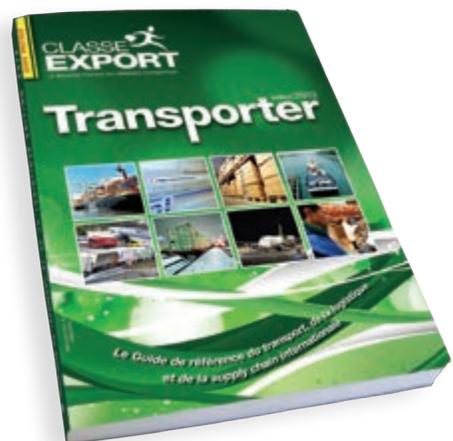
LE FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL

## Guide TRANSPORTER

### *Techniques du transport et de la logistique*

Classe Export magazine présente son guide annuel de référence sur le transport et la logistique.

Cet ouvrage s'adresse aux entreprises (chargeurs) et aux professionnels du transport et de la logistique à l'international.



Pour commander :

<http://magazine-classe-export.com>

# Taxation du fret aérien



Crédit : D.R.

## Détail des taxations

### Le montant du fret est variable suivant

- **Le poids** : il s'agit du poids brut réel de votre expédition. Cependant, la compagnie aérienne pourra tenir compte du volume de votre expédition.
- **Le volume** : le volume global de tous les colis servira de base pour définir la taxation. Il faut faire attention principalement à la hauteur des colis qui déterminera les possibilités d'expédition en fonction des avions "tout cargo" ou "passagers" (passagers + fret).

Ces deux éléments définissent en fait le poids taxable de l'expédition : il existe une "franchise volume" de 6m3 à la tonne (1 m3 = 166,67 Kg taxables).

Pour obtenir le poids taxable, il convient donc de multiplier le volume total des colis par 166,67 Kg. Il faut savoir que le poids taxable est toujours arrondi au demi-kilo supérieur et toujours à l'avantage de la compagnie aérienne : si le poids réel est inférieur au poids taxable, ce sera obligatoirement le poids taxable qui sera retenu.

Attention, dans le cas où la dimension des colis dépasse les limites des unités de chargement (habituellement 304 x 210 cm), certaines compagnies peuvent être amenées à effectuer une taxation dite "à l'encombrement".

- **La destination** : différents tarifs sont applicables suivant la région géographique de destination. Ces destinations sont référencées sous des codes IATA et ATAF.

**Exemples** : Liège Airport = LGG  
Brussels Airport = BRU,  
Hong Kong International Airport = HKG...

- **La nature** : on distingue deux grandes familles de marchandises :
  - Général cargo
  - Matières réglementées (DGR)
 Cependant, la nature spécifique de certaines marchandises peut engendrer une taxation différente. Exemples : animaux vivants, dépouilles mortelles, journaux, etc.

La destination et la nature de la marchandise sont la base de la grille tarifaire, composée d'un tarif minimum de première tranche et d'un tarif au kilo par tranches de poids.

## Le calcul du fret

### Le coût du fret aérien est égal à : Poids taxable X Prix au kilo suivant la grille tarifaire.

Si le prix obtenu est inférieur au prix minimum de la grille tarifaire, le minimum sera obligatoirement appliqué. **Variation possible suivant la "règle du payant pour"** : le chargeur/transitaire a la possibilité de taxer sur un poids fictif pour arriver dans une tranche supérieure avec un prix au kg inférieur, s'il en résulte un coût total à son avantage.

### Taxes Annexes

- **Surcharge Fuel** : taxe appliquée par les compagnies aériennes afin de compenser les augmentations du coût de kérosène. Cette taxe est indexée sur le prix du baril de pétrole brut.
- **Insurance Risk Surcharge** : taxe créée en 2001 afin de compenser l'augmentation du prix des polices d'assurance, consécutive aux événements du 11 septembre.
- **Taxe sûreté** : taxe prélevée par les agents de handling dans le cadre de la sécurisation du fret aérien conformément à la législation en vigueur. Elle peut être calculée au kilo ou être forfaitisée selon les pays.
- **Taxe LTA** : taxe fixe d'émission du document de transport.

La Belgique ne bénéficiant pas d'un transporteur national dominant, beaucoup de compagnies aériennes étrangères ont des vols à destination ou en provenance de Bruxelles. Liège développe depuis de nombreuses années sa capacité de traitement de fret aéroportuaire dans un environnement plus propice que Bruxelles (autorisation des vols de nuit).

La Belgique constitue donc une alternative souvent intéressante pratiquement (rapidité) et économiquement (coût) aux grands aéroports fret voisins que sont Paris, Francfort et Amsterdam. La majorité des transitaires aériens belges sont situés dans la zone de BRUCARGO à Bruxelles même pour les opérations qu'ils traitent au départ de Liège Airport via les sociétés d'assistance au sol des compagnies aériennes (ground handling).

### A ne pas oublier :

- Toute cotation de transport a une validité dans le temps : veillez à remettre la marchandise à votre transporteur avant expiration de cette date ou demandez une réactualisation de l'offre avec nouvelle validité.
- Il existe toujours un minimum de taxation !

# Taxation ferroviaire

Les règles de tarifications étant aléatoires d'un pays à l'autre, la Convention CIM ne prévoit aucun tarif. En revanche, la tarification en elle-même a été harmonisée.

## La tarification

La tarification varie selon les classes des marchandises, les tonnes/km parcourus et l'existence ou non de tarifs bilatéraux ou multilatéraux. 3 cas ont donc été harmonisés :

→ **La tarification multilatérale**, tarif qui est valable dans plus de 2 pays mais qui ne concerne qu'un type particulier de marchandise (ex : produits CECA).

→ **La tarification bilatérale**, tarif appliqué entre 2 pays qui concerne tous les types de marchandises (ex : tarif franco-allemand).

→ **Les tarifications nationales soudées**, appliquées en cas d'absence de tarif en commun, consistent en l'addition des perceptions propres à chaque réseau. Par contre, le prix du transport ainsi obtenu est ensuite soumis à une opération de change.



Crédit : Sylvain Etiaux

## La facturation

Au final, sont facturés : le prix du transport, les frais accessoires éventuels (pesage, formalités douanières...) et les droits et taxes en fonction de l'Incoterm.



Crédit : D.F.

# Taxation de l'express

Les services de fret express concernent plus de 200 pays tarifés par poids (réel ou volumétrique) et par zones.

La répartition des zones (7 à 12) est généralement similaire d'un intégrateur à l'autre : 2 à 4 zones pour l'Europe (pays limitrophes et d'Europe de l'Est), 1 ou 2 zone(s) pour l'Amérique du Nord/Canada, 1 ou 2 zone(s) pour l'Asie, et 1 ou 2 autre(s) zone(s) pour la majorité des pays en développement.

Si un envoi express sur un pays en développement est toujours coûteux, la distance n'est pas l'unique critère de tarification de ces zones, et à colis identique, un envoi sur un pays du Maghreb coûtera plus cher que vers le Japon ou le Canada.

Aux prix généralement tout compris de porte à porte communiqués par les intégrateurs peuvent cependant, selon les cas, être ajoutées des taxes ou charges supplémentaires :

→ **la TVA** : pour les expéditions au sein de l'Union européenne, service de prise en charge des frais de douanes pour les pays tiers en livraison DDP (l'intégrateur prend alors en charge ces taxes et les re-facture à l'expéditeur).

→ **Surcharge carburant** : taxe variable conditionnée par le prix du baril de pétrole lorsqu'il dépasse certains seuils

→ **Sûreté du fret aérien** : taxe relative aux programmes de sûreté du fret aérien

→ **Assurance supplémentaire** ou "Ad Valorem" (en pourcentage de la valeur déclarée)...

### Remerciements

Un grand merci à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce Vade-mecum de l'exportateur wallon et plus particulièrement à Jaques Jadoul, Marie-Catherine Duchene, Francis Mullers, Katia Delphin Diaz et Vincent Repay.

*Sylvain Etaix, Chef d'édition*

### Vade-mecum de l'exportateur wallon

Hors série de Classe Export Magazine

le mensuel pratique du Commerce International

Editeur : CLASSE EXPORT ■ 100, route de Paris, 69260 Charbonnières France.  
Téléphone : 04 72 59 10 10 ■ e-mail : [info@classe-export.com](mailto:info@classe-export.com) ■ Internet : [www.classe-export.com](http://www.classe-export.com)  
Directeur de Publication : Marc Hoffmeister ■ Chef d'édition : Sylvain Etaix  
■ Rédaction : Nicole Hoffmeister, Sylvain Etaix, Annie Toutain, Julien Thibert ■ Secrétaire de rédaction : Sylvain Etaix  
■ Maquette & Infographie : Studio Classe Export ■ Photos couverture : Digital Vision  
■ Publicité Agence Rhône-Alpes : Fabien Soudieu ■ Agence Ile-de-France : Marie-Laure Biard ■ Secrétariat commercial : Céline Villard  
■ Représentation Chine : Céline Duquesne ■ Filiale Tunisie : Samir Kotti  
■ Impression : Imprimerie Brailly Parc Inopolis 69564 Saint Genis Laval ■ Décembre 2013  
Dépot légal à parution N°ISSN 1254-1737 ■ N° de commission paritaire : 0107 T 85960  
Tirage : 5 000 exemplaires ■ Prix : 30 €