

Directeur
Vincent Lalu

RÉDACTION

Rédactrice en chef
Christine Gilguy (31)
Rédactrice en chef adjointe chargée
du site Lemoci.com
Isabelle Verdier (27)

Rédacteur en chef pôle logistique
Gilles Naudy (+33 (0)1 49 70 12 06)

Conseiller de la rédaction
Georges Rambaldi
Enquêtes et reportages
Sylvette Figari, chef de rubrique (26)
François Pargny, chef de rubrique (23)
Jean-François Tournoud, chef de rubrique (21)
Sophie Creusillet, rédactrice (30)

Réalisation
Madeleine Dörner, secrétaire de rédaction (38)
Maquette
Delphine Miot, rédactrice graphiste (37)
Ont collaboré à ce numéro
Michel Abgrall-Lévy, Jean-Claude Asfour,
Pierre Charmillon,
Amélie Dujaud-Momége et Daniel Recchia,
Carole Lax, Laure Marcellin

Pour joindre votre correspondant par téléphone,
composez le (+33 (0)1 53 80 74 suivi des deux
derniers chiffres du poste.

Conception graphique
amarena

Impression
Imprimerie de Champagne

PUBLICITÉ

Directrice de clientèle
Karine Grossman (+33 (0)1 53 80 74 07)
Directeur de clientèle internationale
Philippe Chebance (+33 (0)1 53 80 74 10)
Antenne régionale sud
Karine Rosset (+33 (0)4 26 84 57 87)
Assistante commerciale
et responsable technique
Cindy Renaud (+33 (0)1 49 70 12 07)
Fax de la publicité: +33 (0)1 49 70 12 69

GESTION, ADMINISTRATION

Directrice générale adjointe
Delphine Chêne
Directeur délégué
Pierre Bessière (+33 (0)1 53 80 74 01)
Directrice de la diffusion
Victoria Iizar (+33 (0)1 49 70 12 48)
Directeur de la fabrication
Robin Loison
Webmaster
Pierre Lalu
Comptabilité, gestion
Évelyne Montecot, Valérie Perrin

MOCI EVENEMENTS

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

Commission paritaire.
Publication n° 0911 K 81051

ÉDITEUR Sedec SA

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

Directeur de la publication
Vincent Lalu

L'adresse électronique des collaborateurs
permanents est: prenom.nom@lemoci.com

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

AVANT-PROPOS P. 6

LES AUTEURS P. 8

ÉTAPE 1 LA STRATÉGIE P. 10

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

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

3/ Structurer son plan d'action p. 12

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

5/ Adapter l'organisation interne
de l'entreprise p. 14

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

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

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

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

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

11/ Calculer un coût de revient
import prévisionnel p. 20

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

ÉTAPE 2 LES FONDAMENTAUX DU SOURCING P. 26

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

2/ Le choix du pays pour
un « sourcing » donné p. 27

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

3/ La recherche des fournisseurs
locaux p. 30

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

4/ L'évaluation des fournisseurs p. 32

ÉTAPE 3 MAÎTRISER SON PRODUIT P. 34

1/ De quoi s'agit-il? L'espèce
tarifaire (le code des marchandises) p. 34

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

2/ Où a-t-il été fabriqué?
L'origine douanière p. 41

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

3/ Combien vaut-il? La valeur en
douane p. 45

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

ÉTAPE 4 VERROUILLER LE CONTRAT D'ACHAT P. 50

1/ Les spécificités des risques
import p. 50

2/ Préparer le contrat p. 51

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

3/ Les solutions de paiement p. 56

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

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

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

ÉTAPE 5 PRÉPARER SA LIVRAISON OBTENIR SA MARCHÉ

1/ Choisir une règle
2010

- 1.1 Qu'est-ce qu'une
Incoterms 2010 ?
- 1.2 Critère de choix
de ses achats et règles
- 1.3 Critère de choix
risque et règles Incote
- 1.4 Critère de choix
paiement et règles Inc

2/ Choisir un commi
transport

- 2.1 Établir un cahier
- 2.2 Critères de choix
- 2.3 Assurer le suivi d

3/ Négocier l'emballa
les contrôles avant d
et les documents

- 3.1 L'emballage
- 3.2 Les contrôles ava
- 3.3 Les documents

ÉTAPE 6 CONTRÔLE, QUALITÉ ET CERTIFICATION

1/ Le cahier des char
les points de contrôle

2/ Les normes à resp
l'import dans l'UE

- 2.1 Les directives eur
- 2.2 Les normes ISO

3/ Les moyens et org
contrôle

4/ Les litiges et les co

- 4.1 Que faire en cas d
- 4.2 Que faire en cas de

ÉTAPE 7 CONTRÔLER LE TRANSPORT

1/ L'introduction par la

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

POUR CONTACTER
LA RÉDACTION
01 53 80 74 00

POUR VOUS ABONNER
0811 02 12 12
abonnement@lemoci.com
Toutes nos offres p. 33

POUR JOINDRE LE
PUBLICITÉ
01 49 70 12

de marché
diarés à l'importation

des fournisseurs
p. 32

ON PRODUIT P. 34

est-il? L'espèce
des marchandises)
p. 34

se compose et se
omenclature douanière
de classement
nement tarifaire

fabriqué?
ière
p. 41

n de l'origine
e
n de l'origine

tion d'origine
F)
nement contraignant
O)

ut-il? La valeur en
p. 45
déterminer la valeur

ntes valeurs
Incoterms

LE CONTRAT
P. 50

ités des risques
p. 50

contrat
d'éviction
exigeant une rédaction
p. 51

nsabilités du
garanties légales

ns de paiement p. 56
blir le risque de change
mode de paiement

la bonne exécution
s garanties
p. 66

nts juridiques à

ents types de garanties

ÉTAPE 5 PRÉPARER SA LIVRAISON OBTENIR SA MARCHANDISE P. 76

1/ Choisir une règle Incoterms 2010 p. 76

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

2/ Choisir un commissionnaire de transport p. 80

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

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

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

ÉTAPE 6 CONTRÔLE, QUALITÉ ET CERTIFICATION P. 88

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

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

- 2.1 Les directives européennes
- 2.2 Les normes ISO

3/ Les moyens et organismes de contrôle p. 92

4/ Les litiges et les contrefaçons p. 92

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

ÉTAPE 7 CONTRÔLER LE TRANSPORT P. 94

1/ L'introduction par la route p. 94

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

2/ L'importation maritime p. 98

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

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

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

4/ L'expédition en express p. 103

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

ÉTAPE 8 DÉDOUANER SA MARCHANDISE P. 106

1/ Les formalités à l'importation p. 107

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

2/ Les obligations déclaratives p. 109

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

3/ La dette douanière p. 112

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

4/ Le choix du régime douanier p. 113

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

ÉTAPE 9 COMMUNIQUER À L'IMPORT P. 118

1/ Les moyens de communication p. 118

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3/ Organiser le processus achat p. 130

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

4/ Les formations p. 131

- 4.1 Les principales filières
- 4.2 Les diplômes

5/ Le recrutement p. 133

ANNEXE P. 134

OUS ABONNER
11 02 12 12
ent@lemoci.com
nos offres p. 33

POUR JOINDRE LE SERVICE
PUBLICITÉ
01 49 70 12 07

POUR ACHETER
DES OUVRAGES
0811 02 12 12
www.lemoci.com