

BTS Commerce international

Guide d'Accompagnement Pédagogique

Ce guide pédagogique a pour but d'expliciter les attentes liées à la rénovation du BTS Commerce international dont le référentiel a été publié le 23 décembre 2020.

Il présente les compétences visées, les savoirs et limites de savoirs pour chaque bloc et aborde de façon explicite l'articulation à construire entre eux.

Le guide d'accompagnement pédagogique se veut être une source d'illustrations pédagogiques et didactiques, non exhaustives, qui inscrit les démarches pédagogiques et didactiques des enseignants dans une perspective collaborative, tant aux niveaux disciplinaire qu'interdisciplinaire.

La rénovation d'un diplôme est une dynamique collective de réflexion sur un métier et ses évolutions. Le rapport d'opportunité (en ligne sur le CRLM-TL) réalisé par le groupe de travail national explicite les attendus des professionnels quant aux évolutions du BTS Commerce international et a très largement contribué à l'écriture du nouveau référentiel. Cette étude prospective a très largement été fondée, au-delà des rencontres avec des professionnels de tous les secteurs d'activité, sur les retours des anciens étudiants et des professeurs de commerce international.

Je veux remercier à nouveau tous les membres du groupe de rénovation BTS Commerce international, qu'ils soient professionnels, enseignants ou inspecteurs, ainsi que tous les professionnels que nous avons consultés en cours d'écriture du référentiel. Un grand merci également pour le soutien constant et leur aide, au réseau des conseillers du commerce extérieur représentés dans le groupe de travail par plusieurs d'entre eux. Nous sommes parvenus à écrire un référentiel qui répond aux intentions initiales, malgré quelques péripéties dues à la crise sanitaire.

Le groupe de rénovation :

BOURREL Magalie, professeure

CATOIR Dominique, Inspecteur général

CORNOLTI Christophe, IA-IPR d'économie et gestion

FERMAS Isabelle, professeure

FERREIRA Fabrice, professeur

FLEURANCEAU Thierry, IA-IPR d'économie et gestion

FORESTIER Éric, professionnel et CCE

HERVE Fanny, professeure

MARCADE Christelle, professionnelle

MORELLE Frédéric, professeure

PASCO Corinne, IA-IPR d'économie et gestion

PLANCHAIS Christian, professeur

REBIERE Christine, chargée d'ingénierie des diplômes, Dgesco

SHUTE Bernadette, IA-IPR de langues vivantes

STUDER-LAURENS Joselyne, professionnelle et CCE

TURIN-BARTIER Maréna, Inspectrice générale

Les membres du groupe de rénovation sont engagés bien au-delà de l'écriture du référentiel notamment par la réflexion menée pour la formation et l'accompagnement indispensable à sa mise en œuvre.

Ce guide témoigne de la dynamique et de la volonté commune de préparer les étudiants du BTS Commerce international. Il précise les intentions du référentiel, et cherche à le rendre opérationnel en termes de formation des apprenants. Il s'agit donc de guider les formateurs et enseignants sur le plan pédagogique et didactique en privilégiant le travail en équipe, qui est déjà pour beaucoup de sections le gage d'une formation efficace des étudiants de BTS Commerce international. Le guide donne des pistes de travail et de mise en œuvre, des modalités d'organisation, d'évaluation et des projections vers la certification. Il a vocation à évoluer.

Gageons que comme les professionnels avec qui nous avons réalisé ce nouveau référentiel, les étudiants trouveront leur vocation dans les métiers de la relation et des compétences du commerce international.

Nous comptons sur vous qui allez former et préparer les futurs candidats pour leur apporter cette volonté de services et de qualité aux clients (et fournisseurs) de toute la planète en développant les compétences professionnelles et la culture indispensables pour rester à l'écoute des grandes évolutions du monde.

Je souhaite à tous de bons moments de partage avec vos collègues et étudiants.

Dominique Catoir, Igésr du groupe économie et gestion

Les intentions du référentiel

Le référentiel d'un diplôme correspond au cahier des charges de la formation qu'il faudra dispenser pour atteindre les objectifs professionnels du diplôme afin de l'obtenir (certification) afin d'exercer un ou des métiers cibles, ici celui d'assistant import-export.

Les compétences professionnelles sont au cœur du processus de certification et par conséquent du processus de formation. Elles sont l'aiguillon de la formation et donc la garantie de la qualité de celle-ci. Cette dimension, déjà très présente dans l'ancien référentiel, est renforcée pour ne pas dire omniprésente et incontournable. D'ailleurs, même l'épreuve ponctuelle écrite de Mise en œuvre des opérations de commerce international sera évaluée par compétences.

Les activités professionnelles décrites dans le référentiel des activités professionnelles (RAP) sont les prescriptions professionnelles du métier, c'est-à-dire les passages obligés pour acquérir les compétences professionnelles. Le RAP définit le champ des activités professionnelles du métier correspondant au diplôme, c'est-à-dire les domaines d'activités professionnelles (situations de travail). Il précise les conditions d'exercice et les résultats attendus.

Pour que ces activités professionnelles puissent être menées de manière professionnelle, il faudra parvenir à l'atteinte des résultats attendus en mobilisant des ressources (physiques et intellectuelles) correspondant à des situations professionnelles réelles ou simulées.

Pour évaluer le degré d'atteinte des objectifs fixés et donc des compétences professionnelles visées, on se fondera sur les critères d'évaluation des compétences. Le référentiel de compétences identifie les compétences professionnelles mises en œuvre pour réaliser les activités professionnelles. Il répertorie les savoirs associés et précise les critères d'évaluation.

Le processus d'élaboration du référentiel est un calque intéressant pour élaborer le processus de formation. En effet, en partant de situations professionnelles variées (appelée aussi mise en situation professionnelle), proches du réel, voire réelles, les étudiants devront répondre aux objectifs fixés (objectifs précis et clairs, en termes de compétences) en mobilisant des moyens matériels, mais aussi des ressources intellectuelles comme les savoirs associés répertoriés et précisés dans le référentiel (voir les limites des savoirs) et d'autres compétences.

C'est ainsi que l'écriture du référentiel en blocs de compétences améliore cette approche par compétences en simplifiant la lecture en termes de processus.

La [loi de mars 2014 relative à la formation professionnelle](#) institue le compte personnel de formation permettant aux salariés et demandeurs d'emploi de bénéficier de formations lorsque celles-ci sont inscrites au registre national des certifications professionnelles (RNCP). Le BTS Commerce international est inscrit au RNCP. Pour être accessible via le compte personnel de formation, il est nécessaire qu'il soit organisé en blocs de compétences indépendants permettant aux salariés ou demandeurs d'emploi de mobiliser leurs heures de CPF pour la préparation d'un bloc dans une approche progressive de préparation au diplôme ou dans un souci d'acquisition des compétences spécifiques au bloc. Cette possibilité est réservée à la formation continue.

Un diplôme professionnel est donc constitué de blocs de compétences. Ces blocs sont soit des blocs de compétences professionnelles (intégrant éventuellement des connaissances générales), soit des blocs de compétences générales. Les blocs de compétences se définissent comme un ensemble homogène et cohérent de compétences. Un bloc de compétences correspond à une unité du diplôme et une seule.

La didactique professionnelle¹, initiée en France par Pierre Pastré dans les années 1990, inscrit ses recherches dans l'analyse de l'activité des personnes en situation de travail afin de détecter les conditions d'apparition et de développement des compétences professionnelles dans ces situations. C'est donc en toute logique que la démarche didactique préconisée pour les enseignements professionnels s'inspire de cette approche.

Ainsi, pour la didactique liée aux métiers du commerce international, si les 3 grands blocs de compétences structurent le référentiel, il n'en demeure pas moins que les situations d'apprentissage proposées aux étudiants doivent privilégier un décloisonnement des blocs, pour appréhender les réalités d'apprentissage au plus près des réalités professionnelles.

Pour donner davantage de sens à la compétence et en donner une conscience aux étudiants, il importe de concevoir des situations professionnelles proches de la réalité capables de traverser un ensemble de compétences et de savoirs des différents blocs et donc des enseignements.

Les compétences visées par chacun des 3 blocs s'exercent dans la relation qu'elle soit en présentiel et/ou à distance.

¹ Didactique Professionnelle : Analyser le travail en vue de comprendre et d'agir sur les processus qui relèvent de la transmission et de l'acquisition des compétences, en vue de les améliorer dans une perspective de développement professionnel.

SOMMAIRE

BLOC 1 : DÉVELOPPER LA RELATION COMMERCIALE DANS UN ENVIRONNEMENT INTERCULTUREL	6
I.- Positionnement du bloc 1	7
II.- Explicitation des attendus du bloc 1	9
III.- Ressources numériques mobilisables en RCI	16
IV.- Didactique de l'enseignement	18
V.- Focus sur les enseignements d'anglais et de relation commerciale interculturelle en anglais et en français	18
V.- 1 Présentation générale	18
V.- 2 Définition du niveau B2 et place de la médiation	20
V.- 3 L'épreuve E4	22
V.- 4 Les thématiques emblématiques du commerce international en cours d'anglais	24
V.- 5 Le cours « relation commerciale internationale » en co-intervention	25
V.- 6 La certification DNL des professeurs d'économie et gestion	30
BLOC 2 : METTRE EN ŒUVRE DES OPERATIONS INTERNATIONALES	32
I.- Explicitation des compétences, propositions de stratégies pédagogiques et didactiques	32
II.- Compétences, savoirs associés et limites de savoirs	36
III.- Didactique et progression	40
III.- 1.- Conseils pour élaborer les progressions	41
III.- 2 Mise en œuvre didactique et pédagogique	48
III.- 3 Outils de suivi de la construction des compétences et des savoirs	48
IV.- Ressources	64
IV.- 1 Les sites pour accéder aux réglementations, aux accords, normes et certifications	64
IV.- 2 Principaux sites généralistes (appui aux opérateurs du commerce international dans le domaine de la MOI)	64
IV.- 3 Logiciels professionnels et fonctionnalités utilisés dans l'enseignement de la MOI	64
BLOC 3 : PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL INTERNATIONAL	67
I.- Explicitation des compétences, propositions de stratégies pédagogiques et didactiques	67
II.- Compétences, savoirs associés et limites de savoirs	77
III.- Didactique : un exemple de construction progressive des compétences sur le cycle de formation	80
IV.- Ressources	82
IV.-1 : Ressources numériques (liste non exhaustive nécessitant une MAJ régulière)	82
IV.- 2 Organismes incontournables (liste non exhaustive)	86

ANNEXES	
Annexe I.- Bloc 1 - Développer la relation commerciale dans un environnement interculturel	88
I.- La construction des compétences du bloc 1 à partir d'une mise en situation mutualisée avec le bloc 2 - cas SODITRANS (cf. Annexe II.2)	
Annexe II.- Bloc 2 – Mettre en œuvre des Opérations Internationales	105
I.- Deux mises en situation professionnelle pour débiter l'enseignement : Euristide (situations 1 et 2)	
II.- Soditrans : une mise en situation professionnelle en quatre temps entreprise	
Annexe III.- Bloc 3 – Participer au développement commercial international	165
I.- Melvita	
II.- Bob Carlton	
Année de césure et valorisation de l'année de césure (EF 2)	180
La place du numérique dans le BTS Commerce international	187

BLOC DE COMPÉTENCES 1

Développer la relation commerciale dans un environnement interculturel

BLOC 1 : DÉVELOPPER LA RELATION COMMERCIALE DANS UN ENVIRONNEMENT INTERCULTUREL

I.- Positionnement du bloc 1

Le bloc 1 s'étend sur les deux années de formation en cohérence avec son caractère transversal. Le volume horaire du bloc 1 est toutefois plus intense en première année, pour permettre l'acquisition de compétences fondamentales, dans un souci de progressivité.

En conséquence, il est souhaitable que les enseignants en charge du bloc 1 suivent leurs promotions.

Le bloc de compétences 1 se situe au cœur du référentiel du BTS CI. L'assistant import-export est l'interlocuteur privilégié, au quotidien de tous les acteurs de l'activité internationale de l'entreprise. Il permet à l'apprenant d'acquérir des compétences de communication, en s'appuyant sur la maîtrise d'outils, en particulier numériques et de gestion, et de techniques de communication, écrites et orales, en français et en anglais.

Ces compétences lui permettent :

- **d'assurer le suivi des opérations d'achats/vente au sein de l'entreprise** : il est conduit à mettre à jour des tableaux de bord commerciaux, élaborer un rapport pour faire état de l'évolution d'une opération commerciale, assurer le suivi des règlements, des sinistres et des litiges, communiquer avec les services internes ou les prestataires de services pour respecter les procédures et les contraintes de délais et les priorités...

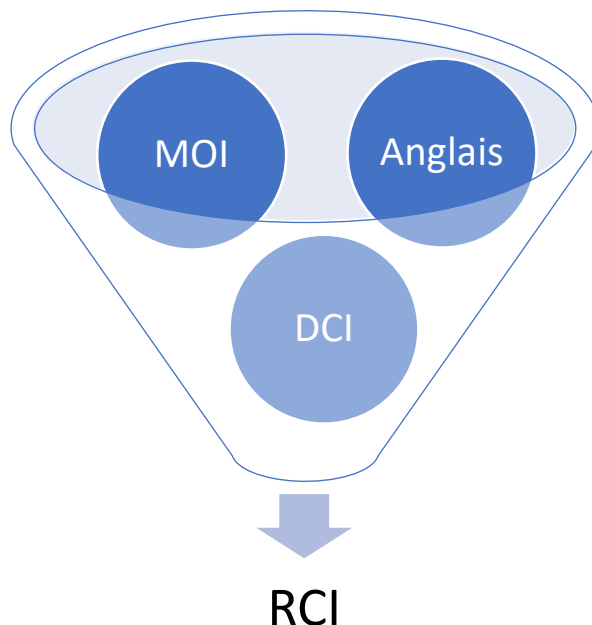
- **de prendre en compte l'impact d'une décision commerciale** : en s'appuyant sur la maîtrise des indicateurs de rentabilité commerciale et financière et le cas échéant des simulations de gestion, il peut rapidement évaluer et analyser les retombées des décisions commerciales et leur impact sur la rentabilité d'une opération commerciale ou sur les performances de l'entreprise.

- **de gérer les demandes et les réclamations** : l'assistant est capable de répondre à la sollicitation d'un client pour une proposition commerciale, en s'appuyant sur les outils et techniques spécifiques du commerce international (dont l'acquisition relève du bloc 2 MOI), il peut, symétriquement, solliciter des fournisseurs et des prestataires de services pour obtenir des propositions commerciales dont il devra s'assurer de la cohérence avec les besoins et les contraintes de l'entreprise. Il met alors à jour et enrichit les bases de données commerciales et les tableaux de bords commerciaux. Dans le cadre d'échanges, oraux et écrits, il répond de façon adaptée aux incidents, il mobilise alors tant les techniques de MOI que ceux de communication interculturelle. Il peut anticiper des risques potentiels et proposer des solutions de prévention ou de couverture.

Il s'agit avant tout de permettre aux relations clients/fournisseurs de s'inscrire dans la durée et dans une confiance mutuelle, de traiter les demandes et les propositions avec efficacité et dans le respect des référentiels culturels de chacun.

Cela suppose donc une maîtrise des codes de la communication écrite et orale, en français et en anglais, des pratiques culturelles et des modèles de communication et management interculturel abordés tant dans le module de formation Langue vivante 1 anglais que dans celui Relation commerciale interculturelle.

Liens entre les blocs :



L'articulation entre les blocs est très forte : le bloc 2 conduit à construire des solutions techniques, qui seront communiquées grâce aux compétences développées dans le bloc 1. Le bloc 3 permet de mobiliser des démarches commerciales qui doivent faire l'objet de formalisation, de diffusion et d'une mise en œuvre s'appuyant sur des techniques de communication spécifiques.

Pour développer les compétences du bloc 1, les activités pourront prendre appui sur des situations professionnelles relevant du bloc 2 (d'un stage, d'une mission, d'une situation réelle ou didactisée / proche de la réalité...) et/ou du bloc 3. A titre d'exemple, les situations professionnelles peuvent ré-exploiter les situations conçues pour développer les compétences du bloc 2 : si le choix d'un incoterm relève du bloc 2, la justification de cette proposition fera l'objet d'une activité de simulation orale qui contribue à développer les compétences du bloc 1 (proposer une solution adaptée, gérer la relation commerciale internationale). Une situation de litige commercial à l'international permet la mobilisation des compétences du bloc 2 (mesurer les risques, gérer leur couverture), mais aussi des compétences du bloc 1 (traitement des réclamations, litiges et sinistres).

Les activités proposées dans le bloc 1 relatives à l'exploitation des données client/fournisseur vont contribuer en tant que préalable à l'acquisition des compétences du bloc 2. Les situations professionnelles proposées dans le bloc 2 pourront s'appuyer sur celles du bloc 1, mais seront traitées de façon différente.

L'intitulé du bloc 1 invite naturellement les enseignants en charge de ce bloc à travailler en étroite collaboration avec les collègues de langues, en particulier le professeur assurant l'enseignement d'anglais, ainsi que les collègues assurant l'enseignement de CEJM et de culture générale et expression. Les professeurs prenant en charge ce bloc 1 ont tout intérêt à consulter le GAP rédigé à l'attention des professeurs d'anglais, complémentaire à ce présent document et qui offre de nombreuses pistes d'exploitation pédagogique pour le bloc 1.

Les séances de co-enseignement seront l'occasion de mises en situation pratiques, assises de manière privilégiée sur la simulation et les jeux de rôle.

II. – Explicitation des attendus du bloc 1

1.1 Exploiter les données clients/fournisseurs

Cette compétence implique d'amener les étudiants à gérer des données commerciales, pour être capable de développer la relation commerciale.

On pourra privilégier une pédagogie active où les étudiants sont placés réellement en contact avec des clients / fournisseurs. Ces situations peuvent être vécues ou observées en entreprise (stage, mission, contrat d'apprentissage), ou bien dans le centre de formation.

Rappel : critères d'évaluation

- Les bases de données sont actualisées, en respectant la sécurité et l'intégrité du SIC
- Le traitement des données répond aux exigences commerciales et respecte les réglementations
- L'information produite est fiable et pertinente
- L'information est diffusée de manière ciblée et adaptée

Collecter les données clients / fournisseurs

Il s'agit ici d'être capable d'identifier les données utiles à la prise de décision commerciale, puis de procéder à l'extraction de l'information fiable et pertinente, quel que soit son support (numérique ou autre), ou sa provenance (source interne ou externe).

La collecte des données clients / fournisseurs pertinentes suppose de connaître les enjeux du SIC (système d'information commercial) dans la prise de décision commerciale et sa structure. Une mise en situation professionnelle pourrait utilement venir éclairer l'intérêt et les enjeux de la collecte des données clients/fournisseurs pour le SIC. Le professeur pourra demander aux étudiants d'identifier les données pour préparer la décision, de s'assurer de la qualité de l'information (notamment la fiabilité de la source, en croisant les différentes données), avant de l'intégrer dans le système d'information de l'entreprise comme support d'une décision commerciale.

À titre d'exemple, une mise en situation peut être proposée aux étudiants sur le choix du fournisseur dans le cadre du bloc 2. Pour cela, dans le cadre du bloc 1, les étudiants doivent collecter les données pour choisir des fournisseurs fiables, qui répondent à un cahier des charges, et les saisir dans le SIC.

La collecte des données doit être envisagée d'emblée dans le respect des réglementations sur la protection des données. Cela suppose de connaître, a minima en France, les conseils délivrés par la CNIL pour la mise en conformité avec le RGPD, les droits fondamentaux des personnes en matière de protection des données ainsi que les obligations du responsable des traitements.

De nombreux liens peuvent être établis avec le programme de CEJM, par exemple le thème 4 « l'impact du numérique dans la vie des entreprises » : des approfondissements spécifiques pourront être proposés en lien avec les questions suivantes « Dans quelle mesure le droit répond-il aux questions posées par le développement du numérique ? » et « Quelle est l'incidence du numérique sur le management ? » (Le rôle du SI).

Afin de mettre l'accent sur **la digitalisation des relations clients/fournisseurs**, l'équipe pédagogique et les étudiants pourront par exemple exploiter des **outils numériques vus dans le cadre du bloc 3** (agrégateur de flux RSS, Twitter ...) pour l'organisation d'une veille sectorielle, afin de déceler les grandes tendances du secteur, repérer les acteurs clés, collecter des données ciblées, qui sont nécessaires à la prise de décision dans le bloc 3 (identifier les partenaires du déploiement par exemple). Il s'agit ici de se centrer sur **les outils digitaux facilitant la communication sécurisée entre les différentes entités** (clients/ entreprise ; entreprise/ fournisseurs), ou encore les outils de partage de l'info et/ou de travail collaboratif (en rappelant l'aspect « sécurisation » des données transmises)

Certaines entreprises peuvent mettre en place des **processus automatisés** de recherche, ce qui renforce **l'impératif de respect de la sécurité et de l'intégrité** du SIC. (Cf. CRCN, domaine 4.1 « Sécuriser l'environnement numérique » et 4.2 « Protéger les données personnelles et la vie privée », niveau 3 attendu).

Une **mise en situation issue du bloc 3**, (un projet de développement international d'une entreprise), conduira à mettre en œuvre, dans le cadre du bloc 1 un processus automatisé de recherche de **l'information** (outils de veille informatisés) afin de contribuer à la réalisation d'une veille sur l'environnement global de cette entreprise.

Dans le cadre du développement de la relation commerciale dans un contexte interculturel, il paraît important de souligner l'aspect contingent des réglementations relatives à la protection des données (localisation des données et droit applicable), en lien avec les règles de la communication interculturelle. De façon plus générale, le GAP rédigé à l'attention des professeurs d'anglais offre de nombreuses pistes de ressources interculturelles.

Ressources :

www.cnil.fr

<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/reglement-general-sur-protection-des-donnees-rgpd>

<http://www.interculturels.com/PBCPPlayer.asp?ID=1997463> (exemple de ressource sur le respect des délais pour la communication en Australie)

Mettre à jour et enrichir les bases de données

Compte tenu de la généralisation de la gestion numérique des données clients/fournisseurs, il est indispensable de **comprendre les enjeux liés à l'actualisation des bases de données, dans** la recherche de l'optimisation de la relation commerciale.

Concrètement, la mise à jour et l'enrichissement des bases de données implique de maîtriser les **fonctionnalités génériques des logiciels de gestion de base de données relationnelles, de CRM, des progiciels de gestion intégrée, des logiciels de gestion des opérations de commerce international**. L'objectif n'est pas de former à la technicité de tel ou tel outil, mais de permettre à l'apprenant de s'approprier rapidement son environnement numérique de travail dans le cadre d'un stage et /ou d'un premier emploi.

Ces fonctionnalités requièrent la **maîtrise des notions de dossier et fichier, des opérations de stockage et compression, transfert et synchronisation, recherche et métadonnées, indexation sémantique et libellé (tag), notions essentielles liées à la structuration des données** (cf. CRCN, domaine 1.2 « Gérer des données », niveau 3 attendu).

Afin de maîtriser cette compétence de mise à jour et enrichissement des bases de données, l'équipe pédagogique pourra exploiter **les fonctionnalités d'un CRM** pour montrer les conséquences d'une base de données non actualisée (par exemple, que se passe-t-il si les coordonnées d'un client ne sont pas actualisées en cas de retard de paiement ?). Il conviendra d'attirer l'attention sur la nécessaire adaptation des **bases aux spécificités de commerce international** (en particulier la référence aux réglementations douanières). Les **activités proposées dans le bloc 1** relatives à la mise à jour et à l'enrichissement des bases de données vont contribuer en tant que **préalable à l'acquisition des compétences du bloc 2** : « organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international » ainsi que « contrôler et suivre la chaîne documentaire ».

Ressources :

<https://pix.fr/competences>

Module de formation en ligne BPI France Université sur la mise en place d'un CRM :

<https://ckls-cdn->

[eu.crossknowledge.com/61fba035e06e93c0e56b297f6d1ac557/learning_objects/B64C27AF-7CBE-3935-E5B3-F8CD2374A4C4/index.html#/player-content/5c9e224ae3fd6b5a8e66964e](https://ckls-cdn-eu.crossknowledge.com/61fba035e06e93c0e56b297f6d1ac557/learning_objects/B64C27AF-7CBE-3935-E5B3-F8CD2374A4C4/index.html#/player-content/5c9e224ae3fd6b5a8e66964e)

Exploiter les bases de données

L'exploitation des données se révèle indispensable pour la meilleure connaissance des partenaires, de leurs attentes et l'optimisation de la relation commerciale. Ainsi, cela implique d'appliquer des **traitements à des données pour les analyser et les interpréter (avec un tableur, un programme, un logiciel de traitement d'enquête, une requête calcul dans une base de données, etc.)**. Concrètement, l'étudiant devra savoir identifier le type et format de données, maîtriser la gestion de données quantitatives (calcul, traitement statistique et représentation graphique), la gestion des flux de données, la collecte et l'exploitation de données massives, l'interopérabilité des données. (Cf. CRCN, domaine 1.2 « Gérer des données », et 1.3 « Traiter des données », niveau 3 attendu).

L'exploitation des bases de données **requiert la maîtrise des outils de gestion** (cycle d'exploitation, intérêts simples) et des **indicateurs de performance** : ratios d'activité, ratios de performance, coûts, paramètres statistiques de position (moyenne, médiane, mode) et **de dispersion** (étendue, quantiles, écart-type, variance).

Ainsi, l'étudiant sera capable de concevoir, enrichir et interpréter des tableaux de bord à partir de la connaissance de ces outils. Précisons qu'il s'agit de savoir **calculer ces indicateurs**, mais surtout de savoir **livrer une interprétation** qui tient compte du contexte commercial, sectoriel, culturel, et international.

Pour atteindre cette compétence, l'équipe pédagogique pourra utilement s'appuyer sur la mise en place d'une situation professionnelle et l'exploitation d'un outil de CRM de son choix. L'enjeu est de permettre aux étudiants d'appréhender comment l'exploitation de données offre un accès rapide à l'historique complet de la relation avec un client / fournisseur et la possibilité de partage avec les autres services, maintient la relation avec un prospect qui n'est pas encore prêt, identifie simplement des opportunités de ventes additionnelles. Ainsi, les mises en situation professionnelles pourront être communes au bloc 1 et au bloc 3, notamment pour la compétence « participer à la prospection commerciale ».

Ressources :

<https://pix.fr/competences>

<https://www.reseaucerta.org/>

Partager l'information commerciale

La diffusion de l'information suppose de maîtriser la communication interpersonnelle, notamment ses caractéristiques et composantes : **identifier les cibles de diffusion pertinentes, choisir le canal de communication approprié, définir le contenu du message et s'assurer de la réception du message**.

Le partage de l'information commerciale doit intégrer d'emblée les règles de confidentialité de l'entreprise (protection des données, sécurité et intégrité du SIC dans le respect des règles).

Le partage de l'information commerciale ne relève cependant pas exclusivement des outils numérique : la capacité à produire des messages écrits et à transmettre oralement des informations de nature commerciale (par exemple issues d'un travail du bloc 3) est également à développer.

Le partage de l'information peut s'appuyer sur des outils de travail collaboratif tels que des plateformes de travail collaboratif et de partage de document, des éditeurs en ligne, des fonctionnalités de suivi de modifications ou de gestion de versions, etc.

Les fonctionnalités de ces outils de travail collaboratif doivent être maîtrisés : modalités de collaboration et rôles, applications et services de partage de document et d'édition en ligne, versions et révisions, droits d'accès et conflit d'accès, gestion de projet, droit d'auteur, vie connectée, vie privée et confidentialité. (Cf. CRCN, domaine 2.1 « Interagir », 2.2 « Partager et publier », 2.3 « Collaborer » niveau 3 attendu). A titre d'exemple, les ENT des établissements pourront être mobilisés.

S'agissant de partage de l'information commerciale, les aspects interculturels doivent être pris en compte. A cet égard, le professeur pourra utilement s'appuyer sur des situations professionnelles, comme les « *success stories* », proposées par CCI France International.

Ressources :

<https://pix.fr/competences>

Module de formation en ligne BPI France Université > Transformation Digitale> Facilitez le partage avec les outils collaboratifs : <https://bpifrance-universite.lms.crossknowledge.com/site/path/626#tab/path/activity/3477>

<https://www.ccifrance-international.org/le-kiosque/guides-thematiques.html>

1.2 Gérer la relation commerciale internationale

La compétence « Gérer la relation commerciale internationale » se décompose de la façon suivante :

- Assurer la qualité de la relation client/fournisseur/prestataires
- Suivre les règlements
- Proposer une solution adaptée
- Gérer la relation dans le cadre des réclamations, des litiges et des sinistres
- Évaluer la performance commerciale et financière
- Proposer des mesures correctrices pour améliorer la performance commerciale et financière

Rappel : critères d'évaluation

- Les attentes des clients / les contraintes des fournisseurs et des prestataires et leurs évolutions sont prises en compte
- La solution proposée répond aux demandes du client et aux contraintes du fournisseur, du prestataire
- Les propositions sont réalistes
- Les contraintes légales et réglementaires sont respectées
- Les opérations liées aux règlements sont traitées et suivies (traçabilité)
- Les risques sont pris en compte
- Les réclamations, litiges, sinistres sont traités en respectant les processus internes et de façon personnalisée
- Les tableaux de bord sont opérationnels
- Les mesures correctrices sont cohérentes.

Il s'agit de mobiliser les **savoirs liés à la communication interpersonnelle** dans le cadre de situations professionnelles de gestion d'une relation commerciale internationale. Par exemple, à partir d'un

contrat commercial et des CGVE, il s'agira de mettre l'élève en situation de justifier au client les choix de son entreprise et/ou de négocier des modifications des termes du contrat, de mesurer les risques engendrés et d'emporter l'adhésion du client à la solution proposée, en s'appuyant sur les éléments techniques vus dans le bloc 2. La prise en compte des risques s'appuie également sur les opérations d'import/export du bloc 2, et mobilise les outils de gestion et indicateurs de performance.

A partir des tableaux de bord de gestion des opérations d'import/export, élaborés dans le cadre du bloc 2, une mise en situation professionnelle précise (avec des objectifs de performance commerciale et financière identifiés) devra permettre d'évaluer le niveau d'atteinte des objectifs, d'identifier les leviers de progrès (exemple retard de paiement). Ces axes d'amélioration nécessitent de s'appuyer sur des compétences en termes de négociation, développées grâce à la pratique régulière de jeux de rôle en français et en anglais.

L'appréciation de la qualité de la gestion de la relation commerciale s'appuie également sur des données quantitatives (entre autres statistiques), des outils de gestion et des indicateurs de performances.

Sont ainsi abordés :

- la notion de cycle d'exploitation et l'interaction fonds de roulement, besoin en fonds de roulement et trésorerie et l'appréciation des impacts des décisions commerciales sur la trésorerie
- les ratios d'activité (rotation des stocks, durée de crédit clients et fournisseurs)
- les ratios de performance (taux de marge commerciale, taux de marge bénéficiaire, taux de marge brute, rentabilité financière, rentabilité économique, ratios de solvabilité)
- les calculs de coûts (y compris coût spécifique et coût marginal) et de marge,
- l'évaluation de la rentabilité d'une opération commerciale (en relation avec le BC3) ou d'une commande (en relation avec le BC2)

1.3 Communiquer en français et en anglais dans des contextes interculturels

Dans le cadre des situations de communication professionnelle liées au DCI et à la MOI, l'étudiant devra pouvoir en français et en anglais,

- Prendre la parole, se faire entendre.
- Adapter sa voix et son attitude aux contraintes de la situation.
- Choisir et maîtriser le registre de langue approprié.
- Utiliser un vocabulaire précis et varié.
- Produire un message oral dont les éléments forment des productions achevées (en tenant compte des spécificités de la langue orale).
- Produire des écrits professionnels et commerciaux variés (rapports, compte rendus, prise de notes, synthèses, pro forma, factures, CGE, CGA, demandes d'offre) en respectant les règles d'usages adaptées à chaque support de communication écrite, en particulier digitaux

Rappel : critères d'évaluation

- La communication écrite et orale est efficace
- Les outils de communication sont adaptés à la situation
- Les documents commerciaux sont adaptés à la situation et exploitables

Les compétences seront mobilisées dans une grande variété de situations professionnelles qui prennent appui sur « la mise en œuvre des opérations de commerce international » (bloc 2) et/ou « la

participation au développement commercial international » (bloc3). Les mises en situations sont privilégiées (simulations, jeux de rôles), en français et en anglais, pour permettre :

- D'une part, l'adaptation des codes de communication interculturelle aux différents types de situations de communication ;
- D'autre part, l'adaptation des techniques et outils de la communication interpersonnelle en face-à-face comme à distance (visioconférences, audioconférences, outils de collaboration numérique...)

Ces mises en situation variées, qui n'excluent pas les situations de négociation commerciale internationale mais ne s'y limitent pas, permettront la mobilisation de savoirs relatifs aux grilles d'analyse culturelle, au protocole des affaires, aux codes et usages professionnels. A cet égard, des approfondissements spécifiques pourront être mis en lumière avec le thème 3 de CEJM « L'organisation de l'activité de l'entreprise » et particulièrement la question « Comment l'entreprise organise-t-elle ses ressources? » (Styles de management).

Plus largement sont appréhendés ici les concepts de base de l'analyse interculturelle : concept de culture, composantes d'une culture nationale, stéréotypes, grilles d'analyse culturelle, communication interculturelle. L'identification des pratiques managériales dominantes, par pays ou par zone (styles de management et cultures nationales), la connaissance des codes et usages culturels en milieu professionnel, sont essentielles pour rendre la communication efficace. Ces notions sont abordées également dans l'enseignement d'Anglais (et de LV2), une coordination entre enseignants sera nécessaire pour une mise en application, en situation de communication, en particulier lors des séances en co-intervention.

Ces mises en situation de communication seront également un espace de mobilisation des acquis relatifs à l'approche socioculturelle des marchés étrangers (caractéristiques de la vie quotidienne, tels qu'abordés d'une part en Anglais, d'autre part dans le bloc 3

En plus des liens avec l'enseignement d'anglais, les liens entre cette compétence communicationnelle et l'enseignement de Culture Générale et Expression sont forts et nombreux.

À titre de rappel, voici les compétences visées pour l'épreuve E1 :

- Connaître et respecter les conditions préalables et indispensables à toute communication orale (attention, écoute, disponibilité...).
- Mémoriser et restituer par oral un message écrit ou oral.
- Reformuler un message oral.
- Se fixer un ou des objectifs (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader) et le (ou les) faire connaître.
- Choisir, ordonner, structurer les éléments de son propre message.
- Produire un message oral : - en fonction d'une situation de communication donnée ; - en respectant le sujet, les données du problème, le ou les objectifs fixés ; - en tenant compte du destinataire.
- Recentrer le sujet de discussion ou le thème d'un débat

1.4 Assurer la coordination des services

- Rendre compte en interne
- Assurer des relations de coordination avec les services et entités de l'organisation

Rappel : critères d'évaluation

- les compte- rendus sont adaptés
- les informations diffusées

En prenant appui sur une mise en situation professionnelle issue du bloc 2 (retard des livraisons par exemple), il s'agit de placer les étudiants en position de rendre compte de leur action : pour cela, ils doivent comprendre l'intérêt de cette démarche pour l'organisation, identifier, travailler et communiquer avec les différents acteurs internes impliqués ou exposés.

Les compétences liées à l'expression écrite et orale doivent être travaillées sur le long terme pour être capable d'interagir avec des acteurs internes à l'entreprise en mode projet (avec un registre de langue adapté), de rendre compte de ses actions / résultats obtenus, et alerter si nécessaire.

Les mises en situations permettent d'augmenter progressivement le degré d'autonomie de l'apprenant et le champ de délégation selon l'organisation (taille, métier, culture, etc.), dans le cadre des missions confiées (bloc 2).

1.5 Animer un réseau professionnel

- Participer à l'animation d'un réseau professionnel en France et à l'étranger

Rappel : critères d'évaluation

Les actions de communication avec le réseau professionnel sont efficaces.

Cette compétence demande de mobiliser les techniques de communication commerciale et en particulier les outils collaboratifs de communication et techniques d'animation d'un réseau.

La notion de réseau professionnel est à appréhender de manière large.

Le préalable est l'identification des réseaux formels et informels, des réseaux de partenaires en France et à l'étranger pertinents (syndicats professionnels, club interentreprises, représentations françaises locales...). Les mises en situation seront issues principalement du bloc 3 « participer au développement commercial international ».

Par ailleurs, il s'agira essentiellement, toujours à partir de contextes issus du bloc 3, de proposer la mise en œuvre d'actions d'animation à destination de la représentation locale (agents, importateurs-distributeurs) : actions d'information, d'assistance technique, commerciale ou de communication, en fonction de la stratégie adoptée. Pour autant, des actions d'animation d'une force de vente internationale ou de la distribution locale (via les filiales ou les intermédiaires locaux) ne sont pas à exclure. L'organisation de salons professionnels et leur animation font également partie des mises en situation emblématiques permettant l'acquisition de la compétence.

Ces diverses actions conduiront à recourir à des outils et supports digitaux variés. Leur utilisation tout comme celles d'outils plus classiques d'animation devront être évalués (évaluation de la rentabilité des opérations de stimulation, de l'organisation d'un salon professionnel par exemple) La performance du réseau pourra également être évaluée (CA en volume et valeur, taux d'évolution...)

Le développement d'une stratégie digitale internationale conduira également à utiliser les réseaux sociaux comme outils de commercialisation. Leur efficacité dépendra d'une présence active et régulière d'animation des réseaux sociaux. Il s'agira de développer des compétences de collaboration avec les « community manager »

III.- Ressources numériques mobilisables en RCI

Compétences	Savoirs et limites de savoir	Ressources / Outils web et digitaux
<p>Exploiter les données clients/fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Collecter les données clients/fournisseurs - Mettre à jour et enrichir les données - Exploiter des bases de données - Partager l'information commerciale 	<p>Communication interpersonnelle</p> <p><i>Caractéristiques et composantes de la communication interpersonnelle</i></p> <p><i>Méthodes de développement des compétences de communication interpersonnelle</i></p> <p><i>Techniques de communication orale en face à face et à distance</i></p> <p><i>Négociation, argumentation et traitement des objections</i></p> <p><i>Gestion du stress et des conflits</i></p>	<p>Systèmes de gestion de base de données (SGBDDR)</p> <p>Outils digitaux liés à la Veille / Curation / collecte</p> <p>Feedly (agrégateur) Scoop.it (agrégateur) Netvibes(agrégateur) Google alert (alerte e-mail sur mots-clés ou apparition de nouveau contenu) Pocket (permet de mettre en poche des articles pour les lire plus tard sans accès réseau)</p> <p>Réseaux sociaux : Twitter/LinkedIn (grâce aux requêtes booléennes)</p> <p>Qualité de l'information : Factuel (outil de l'AFP) : https://factuel.afp.com/</p> <p>Emailing : Mailchimp / Mail Jet / Sendingblue (Outils d'e-mailing, qui peuvent être automatisés pour la collecte de données)</p> <p>CRM : Pipedrive (gestion de la prospection et de la vente), Hubspot (plus accès Inbound) : https://www.hubspot.fr/pricing/crm Module de formation en ligne BPI France Université sur la mise en place d'un CRM : https://ckls-cdn-eu.crossknowledge.com/61fba035e06e93c0e56b297f6d1ac557/learning_objects/B64C27AF-7CBE-3935-E5B3-F8CD2374A4C4/index.html#/player-content/5c9e224ae3fd6b5a8e66964e</p> <p>Outil de veille de site web : SimilarWeb / SEMRush (mesure de notoriété, identification des canaux d'acquisition des concurrents...)</p> <p>Outil d'aide à l'export : Market Finder https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/fr_fr/ (Outil gratuit proposé par Google, utile pour les PME, tour d'horizon des potentiels pays)</p> <p>Outil d'analyse des tendances de recherche web : Google Trends https://trends.google.fr/trends/?geo=FR (Tendances des recherches web, plus tourné vers les analyses textuelles par secteur/produit etc. Permet de voir le niveau d'intérêt des internautes pour une thématique ou une requête précise) NB : logique SEO</p>

<p>Gérer la relation commerciale internationale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assurer la qualité de la relation client/fournisseur/prestataires - Suivre les règlements - Proposer une solution adaptée - Gérer la relation dans le cadre des réclamations, des litiges et des sinistres - Évaluer la performance commerciale et financière - Proposer des mesures correctrices pour améliorer la performance commerciale et financière 	<p>Communication interculturelle <i>Composantes des cultures pays</i> <i>Grilles d'analyse culturelle</i> <i>Approche socioculturelle :</i> <i>codes culturels, structures sociales, modes de vie, relations professionnelles</i> <i>Culture managériale :</i> <i>pratiques dominantes par pays ou par zone</i></p>	<p>https://www.youtube.com/channel/UCHGMBRzUzClgJEzBMei-Jdw (YouTube Channel consacrée à l'incontournable « Dessous des cartes »)</p> <p>Blog de benjamin Pelletier : http://gestion-des-risques-interculturels.com/</p> <p>https://www.ccifrance-international.org/le-kiosque/guides-thematiques.html</p>
<p>Communiquer en français et en anglais dans des contextes interculturels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Élaborer des messages écrits et oraux intégrant les codes et normes culturelles - Adapter les outils commerciaux et de communication aux normes culturelles - Mener des entretiens commerciaux - Produire des documents commerciaux <p>Assurer la coordination des services</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rendre compte en interne - Assurer des relations de coordination avec les services et entités de l'organisation 	<p>Communication multimédia <i>Documents textuels et multimédias</i> <i>Supports de communication</i> <i>Règles générales de la communication écrite professionnelle</i></p> <p>Collaboration numérique <i>Règles d'usages de la communication écrite professionnelle</i> <i>Applications d'édition de documents textuels et multimédias</i> <i>Charte graphique et identité visuelle</i> <i>Droits d'auteur</i> <i>Outils de travail collaboratif</i></p>	<p>Mettre à dispo l'info interne : Google Drive / G Suite Dropbox MS Teams (MSO Suite 365) Trello (planificateur de tâches qui permet aussi de stocker et partager des documents) Evernote (partage de documents type pris de notes)</p> <p>Communiquer en interne : Slack (préféré des starts-up, compatible avec d'autres appli CRM, et avec G Suite et bien d'autres...) MS Teams (MSO Suite 365)</p> <p>Module de formation en ligne BPI France Université > Transformation Digitale> Facilitez le partage avec les outils collaboratifs : https://bpifrance-universite.lms.crossknowledge.com/site/path/626#tab/path/activity/3477</p>
<p>Animer un réseau professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participer à l'animation d'un réseau professionnel en France et à l'étranger 	<p><i>Composantes d'un réseau professionnel</i> <i>Techniques d'animation d'un réseau</i> <i>Principaux réseaux sociaux, usages et enjeux</i> <i>Outils collaboratifs de communication</i></p>	<p>Marketing des RS : FB Twitter LinkedIn</p> <p>Buffer / Agora pulse (Les deux pour programmer les publications à l'avance, aspect com)</p>

IV.- Didactique de l'enseignement

Les mises en situation utilisées en **Mise en œuvre des opérations internationales (MOI)** et en **Développement commercial international (DCI)** sont des supports privilégiés pour une mise en activités de communication lors des enseignements de **Relation commerciale interculturelle (RCI)** stricto sensu et en co-intervention (anglais/économie-gestion). Elles ne sont cependant pas exclusives et il sera nécessaire, pour permettre une progressivité dans les apprentissages de recourir à d'autres situations professionnelles didactisées (réelles, fictives).

Outre l'acquisition des techniques de communication, ces activités permettront de consolider les acquis en MOI en particulier dans une perspective de prise de recul sur les techniques mises en œuvre et d'analyse des solutions techniques proposées. Il s'agira le plus souvent d'activités de reporting en interne et de négociation commerciale sur les termes du contrat avec les clients, les fournisseurs et les prestataires.

Elles permettent également de développer les compétences numériques et la mise en œuvre d'outils de gestion.

Des mises en situation professionnelle s'appuyant sur des cas utilisés en MOI (cas Soditrans) sont proposées (cf. **Annexe I.**), comme illustrations didactiques de la construction des compétences liées au bloc 1 et 2.

V.- Focus sur les enseignements d'anglais et de relation commerciale interculturelle en anglais et en français

V.-1 Présentation générale

Les professionnels du secteur de l'import/export ont recommandé que soit donnée priorité à l'anglais, car pour eux, l'anglais courant, utilisé dans la majeure partie des situations professionnelles du secteur, est requis pour tous les emplois en lien avec le commerce international. L'anglais constitue la LV1 obligatoire du BTS Commerce international.

En tant qu'interface entre les partenaires externes de l'entreprise (prestataires de transport, transitaires, clients, fournisseurs, banques, douanes, assureurs, etc.) et les différents services internes (services commercial, comptable, juridique, etc.), l'assistant/gestionnaire import/export doit faire preuve de compétences linguistiques qui lui permettent une communication fluide à l'oral lors des échanges téléphoniques quotidiens ou en face à face lors de visioconférences, par exemple. Dans les échanges écrits, le plus souvent par courriel, la langue doit témoigner d'aisance. Le fond aussi bien que la forme doivent en être maîtrisés.

Outre ces activités de production, il doit développer les activités de réception que sont la compréhension de l'oral et la compréhension de l'écrit. Ainsi, toutes les activités langagières qui participent aux échanges clairs et efficaces dans le cadre professionnel, seront entraînées au cours des deux années de formation en vue d'atteindre le niveau requis B2 du CECRL en fin de parcours.

Afin que les compétences linguistiques fassent système avec les compétences professionnelles, l'enseignement de l'anglais fait désormais partie intégrante de l'unité constitutive du diplôme U4, *Relation Commerciale Interculturelle en anglais et en français* (référée sous l'acronyme RCI) en ce qui concerne l'évaluation de fin de parcours.

Néanmoins, à titre informatif, il semble important que les professeurs d'anglais se familiarisent avec les constituants des trois blocs formant le cursus du BTS Commerce international, car si l'anglais est co-enseigné dans le cadre du RCI, il se nourrit également de situations émanant du bloc 2 « mise en œuvre des opérations internationales » et du bloc 3 « développement commercial international » du point de vue des situations et des tâches complexes qui pourront être proposées aux étudiants.

L'horaire de co-intervention en RCI est pris en charge conjointement par un enseignant d'économie-gestion et l'enseignant d'anglais. Il peut se matérialiser par :

- des ateliers de pratiques relationnelles dans des contextes interculturels, des ateliers de production d'écrits ou d'activités orales dans des contextes digitaux, des ateliers d'animation de réseaux ;
- la préparation de missions ponctuelles (voyages d'étude, salons, missions export...) liées ou non aux stages ;
- des modules d'aide personnalisée.

Il est nécessaire de garder à l'esprit que toutes les activités langagières seront entraînées **en cours d'anglais comme en cours de co-intervention** de RCI. Toutefois, le cours en co-intervention privilégiera l'expression orale et l'expression écrite en interaction dans le cadre professionnel.

Pour des raisons de continuité pédagogique, il est vivement conseillé que le professeur d'anglais, de même que le binôme professeur d'anglais / professeur d'éco-gestion restent les mêmes sur les deux ans de la formation. Si deux binômes de professeurs sont pressentis, alors le suivi d'une promotion sur les deux ans est recommandé. Le professeur d'anglais sur un niveau doit assurer à la fois l'anglais et l'anglais en co-intervention.

V.-2 - Définition du niveau B2 et place de la médiation

CADRE EUROPÉEN COMMUN DE RÉFÉRENCE POUR LES LANGUES – APPRENDRE, ENSEIGNER, ÉVALUER
Descripteurs pour l'écrit
Production écrite Peut écrire des textes clairs et détaillés sur une gamme étendue de sujets relatifs à son domaine d'intérêt en faisant la synthèse et l'évaluation d'informations et d'arguments empruntés à des sources diverses.
Correspondance Peut écrire des courriels professionnels qui sortent de l'ordinaire en utilisant des structures et des conventions appropriées, à condition que celles-ci ne portent que sur des faits.
Compétences communicatives langagières
Étendue linguistique générale
B2 Possède une gamme assez étendue de langue pour pouvoir faire des descriptions claires, exprimer son point de vue et développer une argumentation sans chercher ses mots de manière évidente et en utilisant des phrases complexes.
B2+ Peut s'exprimer clairement et sans donner l'impression d'avoir à restreindre ce qu'il/elle souhaite dire.
Correction grammaticale
B2 A un assez bon contrôle grammatical. Ne fait pas de fautes conduisant à des malentendus.
B2+ A un bon contrôle grammatical ; des bévues occasionnelles, des erreurs non systématiques et de petites fautes syntaxiques peuvent encore se produire, mais elles sont rares et peuvent souvent être corrigées rétrospectivement.
Étendue du vocabulaire
Possède une bonne gamme de vocabulaire pour les sujets relatifs à son domaine et les sujets les plus généraux. Peut varier sa formulation pour éviter de répétitions fréquentes, mais des lacunes lexicales peuvent encore provoquer des hésitations et l'usage de périphrases.

Maîtrise du vocabulaire
L'exactitude du vocabulaire est généralement élevée bien que des confusions et le choix de mots incorrects se produisent sans gêner la communication.
Cohésion et cohérence
Peut utiliser avec efficacité une grande variété de mots de liaison pour marquer clairement les relations entre les idées.
Maîtrise de l'orthographe, ponctuation, mise en page
Peut produire un écrit suivi, clair et intelligible qui suive les règles d'usage de la mise en page et de l'organisation. L'orthographe et la ponctuation sont relativement exactes, mais peuvent subir l'influence de la langue maternelle.
Compétence sociolinguistique
B2 Peut s'exprimer convenablement en situation et éviter de grossières erreurs de formulation. B2+ Peut s'exprimer avec assurance, clairement et poliment dans un registre formel ou informel approprié à la situation et aux personnes en cause.
Compétence pragmatique
B2 Peut varier la formulation de ce qu'il/elle souhaite dire. B2+ Peut adapter ce qu'il/elle dit et la façon de le dire à la situation et au destinataire et adapter le niveau d'expression formelle convenant aux circonstances.

Le CECRL met également en avant la notion de médiation, qui va au-delà de la simple traduction d'un texte ou d'un échange, et le volume complémentaire vient développer l'approche multiculturelle et interculturelle.

Lorsque des questions culturelles risquent de susciter une incompréhension, la médiation (inter)culturelle consiste à expliciter l'arrière-plan culturel de façon à rendre la communication possible ou à éviter les malentendus.

Cela place l'apprentissage et l'utilisation d'une langue dans une dimension sociale, particulièrement présente dans le cadre des relations liées au commerce international. Il s'agit de mettre l'accent sur l'usage social des langues, en contexte, dans le cadre de tâches actionnelles signifiantes.

À ce titre il convient de travailler non seulement les niveaux attendus du CECRL, mais d'y renforcer les stratégies des étudiants afin de les préparer à :

- réfléchir et à agir pour faire acte de médiation,
- anticiper les difficultés prévisibles de l'interlocuteur, dans une situation donnée, et à mettre en œuvre, dans une démarche constructive, une stratégie facilitant la compréhension linguistique, cognitive et culturelle,
- se décentrer de leur expression strictement personnelle pour jouer le rôle d'intermédiaire entre des interlocuteurs qui ne parviennent pas à se comprendre.

Il ne s'agit évidemment ni d'oublier, ni de gommer la nécessaire maîtrise des compétences opératoires de la langue, mais d'y associer, comme elle l'est déjà dans la vie en société, des objectifs transversaux et culturels.

L'entraînement au développement de la maîtrise de cette compétence est donc indispensable dans le cadre d'activités et de stratégies spécifiques :

ACTIVITÉS DE MÉDIATION

Médiation textuelle

- Transmettre des informations spécifiques.

Médiation relationnelle (à l'oral)

- Faciliter la communication dans des situations délicates.

Médiation cognitive

- Coopérer pour construire du sens.
- Susciter une pensée conceptuelle.

STRATÉGIES DE MÉDIATION

- Relier à un savoir préalable.
- Exploiter un répertoire pluriculturel.

V.-3 - L'épreuve E4

L'évaluation de l'anglais en fin de parcours est intégrée à l'épreuve de RCI qui se déroule en CCF au cours de la 2^e année, à l'écrit comme à l'oral pour les étudiants des établissements publics, privés sous contrat ou des organismes de formation habilités à pratiquer le CCF.

L'évaluation est ponctuelle pour les étudiants des organismes privés hors-contrat ou non-habilités au CCF. La nature de l'évaluation change radicalement des épreuves de CCF ou ponctuelles de langues vivantes telles qu'elles étaient définies dans le précédent référentiel.

Organisation de l'épreuve en CCF

L'épreuve repose sur deux dossiers élaborés par le candidat au cours de sa formation :

- *un dossier interculturel rédigé en anglais : écrit réflexif sur la dimension interculturelle du stage à l'étranger,*
- *un dossier professionnel qui présente les activités de « Relation commerciale interculturelle » conduites en milieu professionnel et en formation.*

Le dossier professionnel intègre les productions écrites et les situations de communication orale réalisées tout au long de la formation, en français et en anglais, les grilles d'évaluation remplies par les tuteurs ou maîtres d'apprentissage dans le cadre des activités menées en milieu professionnel ou des missions référencées dans le dossier professionnel, ainsi que l'attestation de certification nationale de la culture numérique ».

Ainsi, sont prises en compte toutes les évaluations réalisées dans le cadre du co-enseignement Anglais – RCI sur les deux années. Une note finale sera attribuée en fin de deuxième année.

Parmi l'ensemble des situations d'évaluation proposées au cours des deux années de formation, la conception de scénarii par le binôme de professeurs d'anglais et d'économie gestion, à partir des activités conduites par le candidat en milieu professionnel et en formation (en RCI, en co-intervention et en anglais), s'avère indispensable afin d'évaluer toutes les activités langagières.

Les dossiers constituent des productions originales et personnelles soumises à la réglementation de la fraude aux examens. Tout plagiat sera considéré comme une situation de fraude.

La commission d'évaluation est composée d'un professeur d'économie et gestion et d'un professeur d'anglais ayant assuré la formation du candidat en « Relation commerciale interculturelle » et le cas échéant d'un professionnel.

Organisation de l'épreuve en ponctuel

Partie écrite : 3 heures – en français et en anglais

« L'épreuve prend appui sur un contexte professionnel permettant de valider les compétences et savoirs associés décrits dans le bloc de compétences 1.

Des documents en français et en anglais sont fournis au candidat en appui des problématiques professionnelles à traiter. Les réponses à ces problématiques seront rédigées en français ou en anglais selon la consigne. »

À l'écrit, l'épreuve est désormais centrée sur les compétences professionnelles des candidats en français comme en anglais. Elle fera appel à la compréhension de l'écrit et débouchera sur des documents qui seront rédigés en anglais sur la base d'un scénario précis dont les consignes seront clairement explicitées. Les écrits en question pourront consister soit en un compte-rendu en langue cible des documents fournis à destination d'un tiers (collègue, client

ou fournisseur), soit en un résumé synthétisant une situation commerciale donnée, soit en un ou plusieurs courriels en vue de résoudre une situation précise.

Partie orale :

« L'épreuve orale s'appuie sur deux dossiers constitués par le candidat sous forme de productions originales et personnelles :

- un dossier interculturel rédigé en anglais : écrit réflexif sur la dimension interculturelle du stage à l'étranger
- un dossier professionnel qui présente les activités de « Relation commerciale interculturelle » conduites en milieu professionnel et en formation.

Ces dossiers ne sont pas évalués en tant que tels, ils servent de supports à l'épreuve orale. Tout plagiat sera considéré comme une situation de fraude ».

Déroulement de l'oral : 45 minutes maximum

Phase 1 (15 minutes maximum) : présentation de l'expérience interculturelle en anglais (5 minutes maximum) suivi d'un entretien avec le jury en anglais et en français (10 minutes maximum).

Phase 2 (15 minutes maximum) : simulation d'une situation professionnelle, à partir d'une des activités présentées dans le dossier professionnel du candidat (10 minutes maximum en anglais), puis entretien avec le jury en français (5 minutes maximum) sur la situation simulée.

Phase 3 (15 minutes maximum) : mise en œuvre d'outils numériques à partir des activités présentées dans le dossier.

V.-4 Les thématiques emblématiques du commerce international en cours d'anglais

Pendant les heures de cours dévolues à l'enseignement de l'anglais, les professeurs entraîneront les étudiants aux cinq activités langagières en s'appuyant sur des documents écrits, visuels, audio et iconographiques (photographies, graphiques, dessins humoristiques, etc.) qui éclaireront les thématiques suivantes, données à titre indicatif :

- Organisation de l'entreprise / management : Recherche d'un stage (CV et lettre de motivation, outils de recherche, entretien d'embauche), organigramme de l'entreprise (*organisation chart* ...), culture d'entreprise dans différents pays anglophones, conditions de travail et relations humaines au sein d'une entreprise, outils de communication.
- Digitalisation des relations commerciales.
- *Supply chain*, définition et enjeux.
- Gestion de l'image de marque (*branding, marketing, trade fairs*).
- Conformité des produits (*fight against counterfeiting, standards*).
- Logistique: critères de choix d'une solution de transport, modes de transport : avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux.
- Règlementation douanière.
- Enjeux environnementaux et solutions (*sustainable development*).
- Mondialisation : OMC, accords commerciaux internationaux, flux du commerce international, investissements (modes d'implantation à l'étranger : savoir distinguer un agent d'un distributeur), commerce de détail / e-commerce / commerce équitable.
- Grilles d'analyse interculturelle (voir des auteurs tels que Hofstede et Trompenaars).

- Indicateurs économiques et mécanismes de base (savoir lire une note de conjoncture en anglais).
- Veille économique, commerciale et géopolitique de l'environnement international des affaires.

Langue économique et managériale

Ces divers éléments feront l'objet d'études à partir de situations concrètes et d'actualité qui s'y rapportent. Par exemple, à l'issue du départ du Royaume-Uni de l'Union Européenne, les droits de douane ne manqueront pas d'être réintroduits sur certains produits entre ce pays et ses anciens partenaires européens. Des articles de presse et des reportages télévisés en témoigneront sans nul doute. De même, les relations conflictuelles entre les États-Unis et la Chine alimentent largement la presse anglophone et doivent être connues des étudiants en Commerce international. Les professeurs comme les étudiants sont incités à exercer une veille régulière sur l'évolution des grandes zones géopolitiques et économiques internationales par la lecture de la presse et le suivi des grandes chaînes télévisées et des sites internet spécialisés de l'aire anglophone.

En outre, les étudiants se familiariseront au cours des deux années de formation à la technicité de la langue propre au commerce international qui est adossée aux champs économiques et commerciaux.

En première année, il conviendra d'aborder en premier les thématiques interculturelles, la recherche de stage, l'entreprise, les grandes zones économiques et leurs échanges. Par la suite, une progression parallèle au bloc 2 (mise en œuvre des opérations internationales ou MOI) et au bloc 3 (développement commercial international ou DCI) sera de mise. Les blocs 2 et 3 viendront ainsi nourrir les différentes situations concrètes auxquelles seront confrontés les étudiants dans le monde professionnel.

V.-5 – Le cours « relation commerciale internationale » en co-intervention

Les séances dévolues au RCI seront co-conçues, co-enseignées et co-évaluées par le binôme de professeurs d'économie-gestion et d'anglais. Elles seront menées en veillant à l'usage du 'tout anglais'. Il conviendra de mettre en place une pédagogie active au plus proche du terrain professionnel en imaginant des tâches simples et complexes à partir de situations concrètes se rapprochant le plus possible de la réalité des missions d'un assistant / gestionnaire import/export. Les professeurs veilleront à privilégier les simulations et jeux de rôles de situation concrètes et réalistes.

La relation clients/fournisseurs, de même que la relation interne à l'entreprise seront source d'un nombre de situations possibles :

- Montage d'un projet de team building (pour l'équipe du service des Ventes / les cadres du service Marketing France/Europe/international) : budget, participants, transport, logement, activités, repas ...).
- Préparation d'un salon (liaison avec les fournisseurs locaux et étrangers, contact client, démarchage de prospects, PLV, ...).
- Organisation d'un appel d'offres pour le service Achats (élaboration d'un cahier des charges, communication aux fournisseurs actuels, information aux fournisseurs potentiels, gestion et suivi des offres en interne).
- Mise en place, programmation et animation de conférences, visioconférences, séminaires, ateliers.
- Suivi de la relation client / fournisseurs par téléphone et par mail :

- Commandes
- Suivi de commande
- Suivi de paiement / contact avec les banques
- Contrôle qualité
- Entreposage
- Résolution de problèmes liés au transport, à la livraison, à la qualité ou la quantité du produit, au délai de paiement, au paiement.
- Traitement des situations de dédouanement, de documentation ou de difficultés liées à la *supply chain*.
- Transmission d'informations à son supérieur hiérarchique ou à d'autres services de l'entreprise :
 - Messages téléphoniques
 - Courriels
 - Compte-rendu de réunion
 - Synthèses d'informations sur un sujet spécifique
 - Tarifs
 - Brochures
 - Fiches produits.

Les scénarii ci-après sont donnés à titre indicatif et ne constituent pas une liste exhaustive des possibilités (cf. également Annexe I).

Scénario 1

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE	Type de production	Activité langagière	Bloc support
Votre entreprise souhaite se développer à l'international. Votre responsable commercial vous confie la mission de cibler un pays de votre choix où il les produits / services de la société seront lancés.			
<u>Étape 1</u> : Rédaction d'une synthèse sur la situation économique du pays	Note de synthèse	PE	DCI
<u>Étape 2</u> : Recherche de prospects à partir des outils usuels. Communication de la liste et rédaction d'une synthèse sur les différents profils de clients potentiels	Note interne	PE	DCI
<u>Étape 3</u> : Présentation de l'entreprise, de ses produits / services aux prospects	Courriel	PE	DCI
<u>Étape 4</u> : Un directeur des achats manifeste de l'intérêt par courriel. Un entretien téléphonique permet d'identifier ses besoins.	Appel téléphonique	POI	DCI / RCI
<u>Étape 5</u> : Facture pro-forma et courriel d'accompagnement	Courriel	PE	MOI
<u>Étape 6</u> : Entretien en visioconférence lors duquel sont précisés le moyen de transport et les moyens de paiement	Visioconférence	POI	MOI
<u>Étape 7</u> : Communications internes aux services logistique et financier pour leur faire connaître les décisions prises à l'étape 6	Courriel	PE	RCI
<u>Étape 8</u> : Confirmation au client	Courriel	PE	RCI

Scénario 2

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE	Type de production	Activité langagière	Bloc concerné
Ayant la volonté d'accroître la gamme de produits / services de votre entreprise, le responsable des Achats vous charge de visionner les clips promotionnels de deux produits similaires, de lui faire une proposition sur celui qui vous paraît le plus opportun et de contacter le fournisseur éventuel afin de passer une commande à l'essai.			
<u>Étape 1</u> : Visionner les deux supports et rédiger une synthèse présentant les avantages et les inconvénients des deux produits	- Note interne	CO PE	RCI / MOI
<u>Étape 2</u> : Une fois le choix réalisé, contacter le service des ventes de l'entreprise afin de demander un devis et approfondir la connaissance du produit	Appel téléphonique	POI	RCI / MOI
<u>Étape 3</u> : La commande est passée, mais la livraison tarde. Vous appelez votre interlocuteur pour en savoir davantage	Appel téléphonique	POI	MOI
<u>Étape 4</u> : La commande est arrivée, mais il y a eu une erreur de référence sur l'un des produits dont vous avez besoin d'urgence et qui ne figure donc pas dans la livraison	Courriel	PE	MOI
<u>Étape 5</u> : Suite aux excuses du fournisseur, votre supérieur vous demande de l'appeler en vue de négocier un délai de paiement ainsi qu'une remise plus conséquente pour préjudice subi par le retard de réception de la marchandise et l'erreur de la première expédition.	Appel téléphonique	POI	MOI
<u>Étape 6</u> : Compte rendu de la conversation à votre supérieur hiérarchique.	Note interne	PE	MOI

Scénario 3

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE	Type de production	Activité langagière	Bloc concerné
<p>Votre entreprise doit effectuer l'envoi d'une commande destinée à l'étranger. Votre supérieur hiérarchique vous demande de l'organiser et de trouver le transitaire et le transporteur le mieux-disant.</p>			
<p><u>Étape 1</u> : Élaboration d'une demande de cotation à plusieurs transitaires</p>	<p>courriel</p>	<p>PE</p>	<p>MOI</p>
<p><u>Étape 2</u> : Des éléments nécessaires à l'élaboration de la cotation manquent et un transitaire vous contacte afin de demander des précisions. Possibilité d'envisager plusieurs situations : absence de l'interlocuteur, barrage, réponse différée</p>	<p>Appel téléphonique</p>	<p>POI</p>	<p>MOI</p>
<p><u>Étape 3</u> : Préparer un support de présentation au responsable import des deux fournisseurs et présenter oralement la préconisation de façon argumentée</p>	<p>Diaporama ou note Visioconférence</p>	<p>PE POC/POI</p>	<p>RCI / MOI</p>
<p><u>Étape 4</u> : Suite à un retard de livraison, contact avec le transitaire concernant la future date de livraison</p>	<p>Appel téléphonique</p>	<p>POI</p>	<p>MOI</p>
<p><u>Étape 5</u> : Le retard de livraison ayant eu un impact sur votre trésorerie, préparation d'une argumentation pour obtenir un report d'échéance de paiement</p>	<p>Courriel</p>	<p>PE</p>	<p>MOI</p>
<p><u>Étape 6</u> : Compte rendu de la situation à votre supérieur hiérarchique.</p>	<p>Note interne</p>	<p>PE</p>	<p>RCI / MOI</p>

NB : les activités en bleu sont menées en français et celles en vert, en anglais. D'une manière générale, pour l'ensemble des simulations proposées, il est possible de faire jouer les deux rôles, à la fois côté acheteur et fournisseur.

V.- 6 LA CERTIFICATION DNL POUR LES PROFESSEURS D'ÉCONOMIE-GESTION

Les professeurs d'économie-gestion pressentis pour intervenir en binôme n'auront pas nécessairement les compétences linguistiques leur permettant de s'exprimer en anglais pendant le cours co-enseigné. Toutefois, une montée en compétence, et le cas échéant, la préparation et l'obtention de la certification DNL seront un atout indéniable et permettront de rendre les cours co-enseignés plus fluides en anglais.

Les deux textes officiels régissant les certifications DNL sont accessibles aux liens suivants:

<https://www.education.gouv.fr/bo/2004/7/MENP0302665A.htm>

<https://www.education.gouv.fr/bo/2004/39/MENP0402363N.htm>

Chaque académie organise annuellement des épreuves de certification. Il conviendra aux professeurs de consulter le site de leur académie pour vérifier les modalités d'inscription à la certification DNL ainsi que les formations qui sont mises en œuvre en vue de sa préparation. Ils pourront s'appuyer sur l'assistant de langue anglophone, si leur lycée en reçoit un, ou rechercher des cours de renforcement de langue qui peuvent être proposés par les universités de leur académie, en présentiel ou en distanciel.

France Education International propose également diverses possibilités en matière de programmes linguistiques, ouverts non seulement aux professeurs de langues mais également, notamment, aux professeurs de DNL :

<https://www.france-education-international.fr/stages-perfectionnement-linguistique-pedagogique-culturel>

Le site « Le Fil Plurilingue » est géré et animé par France Education international. Anciennement « Fil du bilingue », il s'adresse d'abord aux professeurs de FLE et de DNL en français, mais il contient un certain nombre de ressources en didactique du plurilinguisme (intégration langue et discipline, alternance codique, l'enseignement en co-responsabilité, projets interdisciplinaires, approche de la dimension linguistique d'une discipline...). Ce site pourrait se révéler utile à tous les enseignants concernés.

<http://lefilplurilingue.org/>

Le programme 'Erasmus Plus'. Les mobilités Erasmus+ « Enseignement scolaire » permettent des séjours d'un minimum de 2 jours consécutifs et jusqu'à 2 mois, dont l'objectif est l'acquisition de nouvelles compétences et connaissances, de méthodes et d'outils. Les mobilités 'Erasmus Plus' donnent la possibilité aux personnels de se former (période d'observation, participation à un cours structuré) dans un établissement scolaire ou tout autre organisme actif dans le champ de l'enseignement scolaire en Europe.

<https://agence.erasmusplus.fr/fiches-pratiques/mobilites-des-personnels-de-lenseignement-scolaire/>

BLOC DE COMPÉTENCES 2

METTRE EN ŒUVRE DES OPÉRATIONS **INTERNATIONALES**

BLOC 2 : METTRE EN ŒUVRE DES OPÉRATIONS INTERNATIONALES

I.- Explication des compétences, propositions de stratégies pédagogiques et didactiques

Compétences	Explication
<p>1. Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international</p> <p>- Identifier et sélectionner les acteurs internes et externes nécessaires à la réalisation d'une opération import/export - Déterminer leurs champs d'intervention et leurs responsabilités</p>	<p>Cette compétence est le socle de l'enseignement de MOI, le cœur de l'activité quotidienne de l'assistant import/export. Comment monter et mettre en œuvre une OI ? En toute logique, cette compétence doit être abordée dès le début du cycle de formation. Un schéma/panorama général d'une opération internationale permettra de mettre en avant les différents intervenants – internes et externes - nécessaires à sa bonne réalisation. Au cœur de ce schéma, la relation client-fournisseur et les obligations découlant du contrat d'achat-vente devront pouvoir être analysées des deux points de vue, selon le contexte.</p> <p>Les mises en situation professionnelle proposées seront complexifiées tout au long du cursus (de l'achat/vente de biens « simples » i.e. sans réglementation spécifique en UE, puis hors UE, à l'achat/vente de biens « complexes » (ex : jouets, biens à double usages...) à réglementation complexe (supposant des autorisations ou contrôles particuliers) ou pouvant bénéficier d'accords commerciaux.</p> <p>Variable selon le contexte (notamment achat ou vente, biens ou services) et les conditions contractuelles et réglementaires.</p> <p>Appréhender la variété des intervenants internes et externes, leurs rôles et responsabilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en externe : Prestataires de services (transport/logistique, Représentant en douanes enregistré, Organismes de certification et de contrôle qualité, sociétés d'inspection, Organismes d'appui aux opérations internationales, Banques, Compagnies d'assurance, Administration des douanes, fiscale... - en interne : Responsable hiérarchique, Services « clients » : Commercial/Achat, Services « supports » (Marketing, Production, Qualité, Logistique, Juridique, Comptabilité), Filiales, succursales, bureaux de représentation, agences commerciales...

<ul style="list-style-type: none"> - Préparer la documentation nécessaire à l'opération -Veiller à la conformité -Assurer le suivi logistique, douanier et financier de l'opération et gérer les dysfonctionnements 	<p>Variable selon le contexte (notamment achat ou vente, biens ou services) et les conditions contractuelles et réglementaires. Préparer signifie réaliser la documentation nécessaire (exemple : facture, liste de colisage) à l'aide de logiciels professionnels, ou l'obtenir de la part des partenaires internes ou externes.</p> <p>La conformité s'entend sous tous ses angles (réglementaire, commercial, éthique, normatif et relatif aux standards de qualité). Il s'agit ici uniquement d'identifier les conditions de conformité, de valider ou non la conformité et d'alerter en cas de non-validité.</p> <p>En lien avec la compétence « Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire », c'est-à-dire dans le respect des processus et procédures internes à l'entreprise, alerter et prendre les mesures appropriées en cas de difficultés.</p>
<p>2. Évaluer les conséquences des choix opérés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérifier la faisabilité et la conformité aux conditions commerciales et réglementaires d'une demande d'offre ou d'une commande export ou import - Proposer des solutions pour pallier les éventuelles difficultés détectées 	<p>Cette compétence suppose un bon niveau de compréhension des opérations et des processus mis en œuvre. Aussi il serait judicieux d'aborder cette compétence en 2^{de} année de formation.</p> <p>En cas de non-conformité, proposer des solutions conformes, réalisables et acceptables pour l'organisation.</p>
<p>3. Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier et évaluer les risques - Comparer les différentes couvertures possibles - Mettre en œuvre une couverture de risque - Traiter les sinistres - Déterminer les éléments d'information à apporter en cas de réclamation ou litige avec un fournisseur ou client 	<p>Il s'agit ici d'aborder de manière exhaustive l'ensemble des risques liés à une opération d'importation ou d'exportation en lien avec la compétence « Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international » et ceci pour chacune des étapes de l'opération : demande d'offre, négociation de l'offre, commande, expédition, documentation, exécution du contrat, paiement, garantie, responsabilité civile liée à l'utilisation du produit.</p> <p>Chacun des risques identifiés est abordé en lien étroit avec l'activité à laquelle il se rapporte. Les risques sont déclinés selon leur nature, les actions internes de prévention à mettre en place, les couvertures externes et les partenaires à solliciter, les solutions commerciales envisageables, les conséquences juridiques possibles d'un litige.</p> <p>À partir de mises en situation professionnelle réelles (stages) ou simulées et sur la base de documents professionnels (demande d'offre, offre commerciale, cahier des charges, documents de transport, contrats, certificats d'assurance...), expliciter les risques pour l'importateur ou l'exportateur et la stratégie</p>

	choisie par l'entreprise et en montrer les incidences en lien avec l'implication des différents partenaires (client, fournisseur, transitaire, transporteur, banque, compagnie d'assurance, service des douanes...).
<p>4. Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire</p> <p>- Appliquer le processus de gestion de l'opération dans le respect des procédures import/export</p> <p>- Contrôler les documents émis par les intervenants</p> <p>- Établir le bilan de la réalisation de l'opération</p>	<p>Mise en œuvre en parallèle de la compétence « Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international », cette compétence revêt une double dimension :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « procédurale » qui correspond au bon respect, à la bonne exécution des procédures et processus en vigueur dans l'organisation : compréhension des procédures et processus, bonne exécution à travers l'utilisation des logiciels professionnels et respect des procédures de validation internes à l'entreprise. - d'analyse puisqu'il s'agit de contrôler, sur le fond, les documents composant la chaîne documentaire. <p>-Il pourrait être intéressant d'analyser à l'issue des stages les processus de gestion observés/mis en œuvre en stage et de les justifier au regard de la réglementation, de l'efficacité et du contrôle qualité.</p> <p>-Lire et analyser les documents émis afin de vérifier que les engagements de chacun sont bien respectés et que l'opération se déroule correctement.</p> <p>-Rendre compte de l'atteinte des objectifs (en termes de coût, délai, fluidité, sécurité, fiabilité, traçabilité de la chaîne d'approvisionnement/de distribution, des difficultés et dysfonctionnements rencontrés et des solutions mises en œuvre).</p>
<p>5. Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs</p> <p>- Sélectionner les critères de performance</p> <p>- Mesurer les performances</p>	<p>En lien avec les compétences « Identifier et sélectionner les acteurs internes et externes nécessaires à la réalisation d'une opération import/export » et « Déterminer leurs champs d'intervention et leurs responsabilités », il s'agit d'apprécier, pour chacun des partenaires identifiés, la qualité de leurs services.</p> <p>À partir de supports professionnels (propositions d'offres, cotations de transport, base de données fournisseurs, SRM...), identifier les critères qui peuvent impacter la propre performance de l'entreprise, les indicateurs de mesure des performances et éventuellement d'évolution, le taux de respect des engagements des partenaires, vérifier la fiabilité des propositions.</p> <p>À l'aide de mises en situation professionnelle réelles (stages) ou simulées, mettre en œuvre les outils d'analyse des performances des prestataires (logiciels professionnels, matrices multicritères, scoring...)</p>

<p>- Établir un bilan régulier des performances</p>	<p>et établir une analyse globale de performance, comparative si nécessaire, permettant de formuler des recommandations liées au choix des prestataires.</p>
<p>6. Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations</p> <p>- Identifier les axes d'amélioration potentiels de la gestion des opérations</p> <p>- Proposer des solutions adaptées afin d'accroître l'efficacité de la gestion des opérations</p>	<p>En prolongement des compétences « Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international » et « Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire », repérer les dysfonctionnements ou incidents dans l'exécution des opérations (retards, erreurs de livraison, conformité documentaire, transmission de l'information, non-qualité...) et analyser les possibilités d'optimisation des opérations (amélioration du service apporté, de la qualité et de sa certification, de la communication avec les partenaires, gain de temps, réduction des coûts, optimisation douanière et logistique, fiabilisation de la chaîne d'approvisionnement, diversification de la chaîne d'approvisionnement, amélioration de la traçabilité ...) à partir de mises en situation professionnelle réelles (stages) ou simulées.</p> <p>Compétence qui suppose un bon niveau de compréhension des opérations et des processus mis en œuvre → il serait judicieux d'aborder cette compétence en 2^{de} année de formation.</p> <p>On se limite ici à formuler des propositions réalistes et simples à mettre en œuvre, en dégagant les apports potentiels pour l'entreprise dans son organisation, dans ses relations avec les partenaires.</p>
<p>7. Concevoir et analyser des tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations</p> <p>- Concevoir des tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations</p> <p>- Mettre à jour les tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations</p> <p>- Analyser les tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations</p>	<p>En parallèle de la compétence « Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations », identifier les indicateurs pertinents de mesure de l'efficacité de la gestion des opérations import/export et mettre en œuvre un suivi opérationnel de la performance de l'entreprise.</p> <p>Compétence qui suppose un bon niveau de compréhension des opérations et des processus mis en œuvre → il serait judicieux d'aborder cette compétence en 2^{de} année de formation.</p> <p>Compétence à mettre en œuvre notamment lors des périodes en milieu professionnel. Utiliser/analyser les tableaux générés à l'aide des logiciels professionnels utilisés par l'entreprise. S'ils n'existent pas, organiser les indicateurs dans des tableaux réalisés sur tableurs, permettant un suivi et une mesure de l'évolution.</p> <p>L'analyse qui peut être menée à l'issue de la période de stage doit conduire les étudiants à l'élaboration d'un diagnostic et de propositions d'amélioration (compétence ci-dessus).</p>

II.- Compétences, savoirs associés et limites de savoirs

Savoirs associés	Limites de savoirs	Explicitation des limites en lien avec les compétences
<p>Droit des contrats internationaux, l'éthique et la déontologie</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Droit spécifique du commerce international (conventions internationales bilatérales et multilatérales, arrangements et accords commerciaux, Lex mercatoria)</p> <p>Principaux systèmes juridiques (common law, civil law, ...)</p> <p>Éthique des affaires et déontologie</p>	<p>Conventions internationales (Rome, La Haye et Vienne notamment). Importance du droit du contrat et de la question du règlement des litiges. Comprendre et appliquer un accord commercial</p> <p>Territorialité et extraterritorialité des textes et implications</p> <p>Appréhender la variété des cultures juridiques pour comprendre les risques</p> <p>Concept et implications des chartes éthiques et des engagements sociaux et environnementaux (voire politiques) des entreprises au niveau des opérations internationales</p>
<p>Contrat d'achat/vente international</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Conditions Générales de Vente Export / Achat Import</p> <p>Contrat de vente export/achat import</p> <p>Phases précontractuelles</p>	<p>Le concept de contrat commercial international. Les principales clauses du contrat et des CGV/CGA (clauses techniques, commerciales et juridiques)</p> <p>Risques juridiques liés au contrat international et moyens de prévention</p> <p>Distinction appel d'offre/demande d'offre</p> <p>Éléments d'une demande d'offre et d'une offre, portée juridique de l'offre</p>
<p>Incoterms</p>	<p>Rôle et enjeux</p> <p>Typologie des incoterms</p>	<p>Rôle et Typologie des incoterms : implications en termes de coûts, documents à fournir, obligations et risques pour chaque partie</p> <p>Enjeux en termes de choix d'incoterms et en cas de changement d'incoterms</p>
<p>Prestations de services pour la réalisation des opérations du CI</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Intervenants, rôles et responsabilités</p> <p>Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande d'offre</p> <p>Critères de choix des prestations</p> <p>Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations</p>	<p>Prestataires de services transport/logistique, Représentant en douanes enregistré, Organismes de certification et de contrôle qualité, sociétés d'inspection, Organismes d'appui aux opérations internationales, Banques, Compagnies d'assurance</p> <p>Éléments quantitatifs et qualitatifs composant la demande de prestation</p> <p>Critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire</p>

Chaîne documentaire	Principes et enjeux de la gestion documentaire à l'international Composantes de la chaîne documentaire Dématérialisation des documents	
Logistique et supply chain	Supply chain, définition et enjeux Spécificités de la chaîne logistique à l'international et opérations induites Avantages et inconvénients de la sous-traitance logistique	Distinction statut mandataire/commissionnaire (Opérateur de Transport et Logistique) et implications pour le chargeur
Transport international de marchandises	Modes de transport : avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux Organisation des expéditions selon les modes de transport, intermodalité/multimodalité Tarification du fret international et des opérations annexes Critères et méthodes de choix d'une solution de transport Documents de transport Conventions internationales de transport Contrat de transport Responsabilité du transporteur	Conditions de palettisation et d'empotage d'un conteneur Calcul du poids taxable, application de la règle du payant pour. Pour les opérations annexes, modalités de calcul explicites et simples. (<i>Avant tout pour des objectifs de vérification de la fiabilité des cotations proposées par les transitaires ou d'analyse comparative de cotations</i>). Critères quantitatifs et qualitatifs
Tarifification export et coût de revient import	Prix à l'export selon l'incoterm Mode d'élaboration des tarifs export Coût de revient import	Principes d'élaboration des tarifs export Structure du coût de revient import et calcul
Procédures et outils de gestion des opérations	Processus d'administration des ventes et achats internationaux et outils de suivi et de validation des documents et leur évolution (blockchain...) Solutions numériques de gestion import-export	Notamment mis en œuvre en stage. Exploitation de mises en situation réelle.
Fiscalité et douane	Réglementation douanière nationale et communautaire Statuts douaniers	Les entités douanières : territoire national, États communautaires, pays tiers, OMD Le contrôle des marchandises à l'import et à l'export Les statuts (OEA, EA, REX...) et les accords de reconnaissance mutuelle

<p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Organisation et procédures de dédouanement Régimes douaniers Liquidation douanière Mécanisme de la TVA, TVA à l'import et TVA intracommunautaire Procédures d'autoliquidation Obligations déclaratives et documentaires Réglementation sécurité/sûreté</p>	<p>(ARM) Les procédures de de dédouanement de droit commun, simplifiées, à domicile, avec ou sans DC dans le cadre du CDU Régimes définitifs, transit, régimes particuliers Calculs de valeur en douane, valeur statistique et des autres droits et taxes Le régime de la TVA à l'import et à l'export Autoliquidation à l'import : dispositif et démarche Ventes en B2C : mécanisme de la TVA pour les ventes en UE et hors UE Caractéristiques douanières de la marchandise : Espèce, valeur, origine Les outils de recherche d'informations douanières et de déclarations Les obligations déclaratives dans le cadre des échanges communautaires (DEB, DES) et des échanges extracommunautaires (DAU...) y compris dans le cadre d'accords préférentiels Les obligations déclaratives en matière de sécurité/sûreté (procédures ICS/ECS) Le programme SAFE</p>
<p>Conformité réglementaire <i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Conformité des produits et des opérations à la réglementation et aux normes, à l'import et à l'export</p>	<p>Les obligations documentaires et déclaratives La certification et les organismes Les sources d'information et les partenaires à solliciter</p>
<p>Paiements internationaux</p>	<p>Instruments et techniques de paiement à l'international Critères de choix des techniques et instruments de paiement et contraintes Conditions de mise en œuvre et incidences sur la rentabilité et la sécurité de l'opération</p>	<p>Analyse des instruments de règlement et de leur utilisation à l'international (chèque, virement bancaire, effets de commerce, CB et autres modalités de paiement en ligne. Les techniques non documentaires Analyse et mise en œuvre des techniques documentaires (remise documentaire, crédit documentaire) et des garanties bancaires (LCSB) Calcul des coûts de recours aux instruments documentaires Les délais de paiement et leur cadre juridique Les conséquences du choix du mode de paiement sur la rentabilité de l'opération et les garanties</p>
<p>Financement des opérations commerciales internationales courantes <i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Besoins de financement liés aux opérations internationales Calculs financiers (intérêts simples) Instruments de financement à court terme</p>	<p>L'analyse des besoins de trésorerie et de financement du cycle d'exploitation à l'export et à l'import Calcul du coût des opérations de financement Les techniques bancaires de mobilisation des créances (escompte , MCNE, ADE, ADI, le forfaitage) et l'affacturage</p>

Gestion des risques	<p>Typologie des risques des opérations internationales (non-paiement, de change, de transport, de non-conformité, non-exécution, douanier)</p> <p>Pour chacun des risques identifiés : facteurs de risque, évaluation des risques, méthodes de prévention, techniques de couverture, conséquences et incidences pour l'entreprise et ses partenaires</p> <p>Gestion des couvertures et des sinistres</p>	<p>Les faits générateurs de risque (défaillance clients, fournisseurs, prestataires, banques, causes politiques et réglementaires, litiges...)</p> <p>Les critères d'intensité du risque (type de partenaires, profil, historique de la relation commerciale, secteur d'activité, pays, engagements contractuels...)</p> <p>Les méthodes internes de prévention des risques</p> <p>Les couvertures externes (banques, assurances, affacturage et forfaitage...)</p> <p>Le suivi des dossiers sinistres</p> <p>L'indemnisation des sinistres</p>
Règlement des litiges <i>Dimension internationale de CEJM</i>	Justice de droit commun et justice alternative	Règlements internationaux des litiges. Recours à une juridiction de droit commun vs alternative (conciliation, médiation, arbitrage en droit ou en équité). Avantages et inconvénients de la justice alternative. Procédures dont exequatur.
Achat international	<p>Comparaison des offres des fournisseurs</p> <p>Outils de suivi des achats</p>	<p>Les types d'achats (stratégiques, non stratégiques)</p> <p>Les étapes de la consultation des fournisseurs (cahier des charges, RFI, RFQ, sélection)</p> <p>Les éléments constitutifs du coût complet d'acquisition d'un produit et calcul de coût de revient</p> <p>Les critères de choix des fournisseurs et les matrices multicritères</p> <p>Les indicateurs de performance (liés au respect des engagements) et les grilles d'évaluation des fournisseurs</p> <p>Le tableau de bord des achats</p> <p>Les méthodes de contrôle qualité</p>
Suivi des opérations et reporting	<p>Tableau de bord de suivi</p> <p>Indicateurs de performance</p>	<p>Les principes de construction du tableau de bord.</p> <p>Les principaux indicateurs du tableau de bord</p>

III.- Didactique et progression

Les compétences visées par le bloc 2 supposent, entre autres, des étudiants :

- Une prise de conscience des enjeux liés à la mise en œuvre d'une opération d'achat/vente à l'international et notamment des risques éventuels ;
- **Une mise en perspective de ces enjeux et risques au regard de l'aire géopolitique au sein de laquelle l'échange s'inscrit, de la relation commerciale qu'il sert, de la réglementation, de la politique commerciale de l'entreprise, etc. afin d'établir les liens avec les blocs 1 et 3 ;**
- L'identification des points de vigilance liée à la chaîne documentaire ;
- La maîtrise technique, fine, dans le choix, la mise en œuvre et le contrôle des différents outils et dispositifs existants (ex : chaîne documentaire, gestion des risques, incoterms, etc.).

Deux étapes peuvent être recensées dans la mise en œuvre de l'enseignement de MOI :

La première consiste à déployer, en début de 1^{ère} année, des mises en situation simples qui amènent les étudiants à comprendre les principaux points de vigilance liés à la réalisation d'une opération d'achat/vente à l'international, dans un cadre communautaire puis international. Il s'agit de construire les points de repère qui seront approfondis et analysés durant le cycle de formation. Les principaux points de vigilance portent, par exemple, sur la gestion documentaire des opérations internationales, le paiement (délais de paiement, non-paiement, instruments et techniques de paiement, mode de financement...), le change, la logistique (solution de transport, responsabilités et assurance), le contrat de vente international, etc. Cette vision d'ensemble qui peut être établie et étoffée au fur et à mesure des mises en situation (via une carte heuristique, par exemple) contribuera à donner du sens à l'enseignement et évitera un apprentissage-catalogue. Elle permettra ensuite, et c'est la seconde étape, d'aborder et approfondir la diversité des dispositifs et techniques et de positionner leur utilité, avantages et inconvénients dans la mise en œuvre fine et complexe des opérations internationales.

→ **Ligne directrice pour élaborer la progression (cf. III.-1) :**

- Travailler les compétences visées tout au long du cycle de formation de façon progressive : dédier l'enseignement de l'année 1 aux fondamentaux et aux fondations de la MOI et celui de l'année 2 à l'approfondissement, à la montée en compétences et la capacité à prendre du recul par rapport à son activité de gestion des opérations internationales. Les compétences se construisent sur les deux années et sont atteintes au terme des deux années de formation.

→ **Lignes directrices pour la didactique de la MOI (cf. III.-2) :**

- Les séquences de cours s'appuient sur des mises en situation professionnelle qui permettent de développer les compétences de façon progressive : de mises en situation simples pour commencer vers des situations plus complexes, globales, variées ;
- Chaque mise en situation convoque de façon ciblée et utile les savoirs associés. Les notions sont apportées au regard du contexte.

→ **Outil de suivi de la construction des compétences et des savoirs (cf. III-3) :**

- Il précise pour chaque situation, le niveau d'acquisition des compétences et les savoirs abordés. Il est complété au fur et à mesure des deux années de formation pour vérifier la couverture du référentiel du bloc 2.
- Une carte heuristique présentant les savoirs abordés au fur et à mesure des mises en situation professionnelle travaillées peut aussi être élaborée et enrichie tout au long du cursus (cf. exemple pour les deux mises en situation proposées pour débiter l'enseignement de la MOI).

III.1.- Conseils pour élaborer les progressions

La mise en œuvre de situations d'apprentissage didactisées, conçues à partir d'objectifs pédagogiques précis (découverte, approfondissement, préparation à la certification) repose sur la mobilisation des compétences 1, 3 et 5 dès le début de la première année et tout au long du cycle de formation. Les compétences 2, 6 et 7 et les savoirs associés concernés sont mobilisables dans un second temps. La compétence 4 peut être abordée tout au long de la formation. Elle pourra être judicieusement étudiée en exploitant les procédures et processus mis en œuvre lors des stages.

Compétences mises en œuvre en année 1 :

À partir de situations relativement simples, mais permettant d'appréhender l'ensemble des dimensions de la gestion d'une opération internationale, et variées afin de montrer la diversité des opérations internationales (en UE/hors UE, biens et/ou services, achat/vente, ventes aux particuliers/aux professionnels) :

- 1. Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international
- 3. Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges
- 4. Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire
- 5. Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs

Compétences mises en œuvre en année 2 :

À partir de situations plus complexes (b/s à réglementation particulière ; mise en œuvre d'accords commerciaux...) :

- 1. Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international enrichi
- 2. Évaluer les conséquences des choix opérés
- 3. Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges
- 4. Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire
- 5. Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs

Compétences nécessitant du recul et une bonne appréhension de la MOI :

- 6. Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations
- 7. Concevoir et analyser des tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations

Un exemple de progression des savoirs sur le cycle de formation

Savoirs associés	Limites de savoirs	Année 1	Année 2
Droit des contrats internationaux, l'éthique et la déontologie <i>Dimension internationale de CEJM</i>	Droit spécifique du commerce international (conventions internationales bilatérales et multilatérales, arrangements et accords commerciaux, Lex mercatoria) Principaux systèmes juridiques (common law, civil law, ...) Éthique des affaires et déontologie	Conventions internationales (Rome, La Haye et Vienne notamment). Importance du droit du contrat et de la question du règlement des litiges.	Comprendre et appliquer un accord commercial Territorialité et extraterritorialité des textes et implications Appréhender la variété des cultures juridiques pour comprendre les risques Concept et implications des chartes éthiques et des engagements sociaux et environnementaux (voire politiques) des entreprises au niveau des opérations internationales
Contrat d'achat/vente international <i>Dimension internationale de CEJM</i>	Conditions Générales de Vente Export / Achat Import Contrat de vente export/achat import Phases précontractuelles	Le concept de contrat commercial international. Les principales clauses du contrat et des CGV/CGA (clauses techniques, commerciales et juridiques) Distinction appel d'offre/demande d'offre Éléments d'une demande d'offre et d'une offre, portée juridique de l'offre	Risques juridiques liés au contrat international et moyens de prévention
Incoterms	Rôle et enjeux Typologie des incoterms	Rôle et typologie des incoterms : partage des coûts et risques, documents à fournir, obligations et risques pour chaque partie	Enjeux en termes de choix d'incoterms et en cas de changement d'incoterms
Prestations de services pour la réalisation des opérations du CI	Intervenants, rôles et responsabilités	Prestataires de services transport/logistique, Représentant en douanes enregistré, Organismes d'appui aux opérations internationales, Banques, Compagnies d'assurance	Organismes de certification et de contrôle qualité, sociétés d'inspection Éléments quantitatifs et qualitatifs composant la

<p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande d'offre</p> <p>Critères de choix des prestations</p> <p>Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations</p>	<p>Éléments quantitatifs et qualitatifs composant la demande de prestation (1^{ère}/2^e année selon prestataire)</p> <p>Critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire (1^{ère}/2^e année selon prestataire)</p>	<p>demande de prestation (1^{ère}/2^e année selon prestataire)</p> <p>Critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire (1^{ère}/2^e année selon prestataire)</p>
<p>Chaîne documentaire</p>	<p>Principes et enjeux de la gestion documentaire à l'international</p> <p>Composantes de la chaîne documentaire</p> <p>Dématérialisation des documents</p>	<p>Principes de la gestion documentaire à l'international</p> <p>Composantes de la chaîne documentaire</p>	<p>Enjeux de la gestion documentaire à l'international</p> <p>Dématérialisation des documents</p>
<p>Logistique et supply chain</p>	<p>Supply chain, définition et enjeux</p> <p>Spécificités de la chaîne logistique à l'international et opérations induites</p> <p>Avantages et inconvénients de la sous-traitance logistique</p>	<p>Supply chain, définition</p> <p>Spécificités de la chaîne logistique à l'international et opérations induites</p> <p>Avantages et inconvénients de la sous-traitance logistique</p> <p>Distinction statut mandataire/commissionnaire (Opérateur de Transport et Logistique) et implications pour le chargeur</p>	<p>Supply chain : enjeux (optimisation en termes de coûts, optimisation de la chaîne...)</p>
<p>Transport international de marchandises</p>	<p>Modes de transport : avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux</p> <p>Organisation des expéditions selon les modes de transport, intermodalité</p>	<p>Modes de transport : avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux</p> <p>Organisation des expéditions selon les modes de transport, intermodalité/multimodalité</p> <p>Conditions de palettisation et d'emportage d'un conteneur. Nombre de cartons sur une palette/dans un conteneur. Même position pour tous les cartons/palettes</p>	

Dimension internationale de CEJM	Tarifification du fret international et des opérations annexes	Calcul du poids taxable, application de la règle du payant pour. Pour les opérations annexes, modalités de calcul explicites et simples. (<i>Avant tout pour des objectifs de vérification de la fiabilité des cotations proposées par les transitaires ou d'analyse comparative de cotations</i>).	
	Critères et méthodes de choix d'une solution de transport Documents de transport Conventions internationales de transport Contrat de transport Responsabilité du transporteur	Tarifification du fret international et des opérations annexes Critères et méthodes de choix d'une solution de transport : Critères quantitatifs et qualitatifs fondamentaux (1 ^{ère} /2 ^e année) Documents de transport Conventions internationales de transport Contrat de transport Responsabilité du transporteur	Critères et méthodes de choix d'une solution de transport : Autres critères quantitatifs et qualitatifs (1 ^{ère} /2 ^e année)
Tarifification export et coût de revient import	Prix à l'export selon l'incoterm Mode d'élaboration des tarifs export Coût de revient import	Principes d'élaboration des tarifs export Structure du coût de revient import et calcul	
Procédures et outils de gestion des opérations	Processus d'administration des ventes et achats internationaux et outils de suivi et de validation des documents et leur évolution (blockchain...) Solutions numériques de gestion import-export	Notamment mis en œuvre en stage. Exploitation de mises en situation réelle, niveau découverte / intermédiaire	Notamment mis en œuvre en stage. Exploitation de mises en situation réelles, niveau confirmé : analyse
Fiscalité et douane	Réglementation douanière nationale et communautaire	Les entités douanières : territoire national, États communautaires, pays tiers, OMD Le contrôle des marchandises à l'import et à	Le contrôle des marchandises à l'import et à l'export :

<i>Dimension internationale de CEJM</i>	Statuts douaniers	l'export : produits libérés	produits non libérés
	Organisation et procédures de dédouanement	La procédure de droit commun de dédouanement dans le cadre du CDU	Les statuts (OEA, EA, REX...) et les accords de reconnaissance mutuelle (ARM) Les procédures de dédouanement simplifiées, à domicile, avec ou sans DC (DCN/DCC) dans le cadre du CDU
	Régimes douaniers	Régimes définitifs	Transit, régimes particuliers
	Liquidation douanière	Calculs de valeur en douane, valeur statistique et des autres droits et taxes	
	Mécanisme de la TVA, TVA à l'import et TVA intracommunautaire Procédures d'autoliquidation	Le régime de la TVA à l'import et à l'export : principes fondamentaux	Le régime de la TVA à l'import et à l'export Autoliquidation à l'import : dispositif et démarche Ventes en B2C : mécanisme de la TVA pour les ventes en UE et hors UE (1 ^{ère} /2 ^e année)
	Obligations déclaratives et documentaires	Caractéristiques douanières de la marchandise : Espèce, valeur, origine Les obligations déclaratives dans le cadre des échanges communautaires (DEB, DES) et des échanges extracommunautaires (DAU...)	Les outils de recherche d'informations douanières et de déclarations Les obligations déclaratives dans le cadre d'accords préférentiels
	Réglementation sécurité/sûreté		Les obligations déclaratives en matière de sécurité/sûreté (procédures ICS/ECS) Le programme SAFE
<i>Dimension internationale de</i> Conformité réglementaire	Conformité des produits et des opérations à la réglementation et aux normes, à l'import et à l'export		Les obligations documentaires et déclaratives La certification et les organismes Les sources d'information et les partenaires à solliciter

<i>CEJM</i>			
Paielements internationaux	<p>Instruments et techniques de paiement à l'international</p> <p>Critères de choix des techniques et instruments de paiement et contraintes</p> <p>Conditions de mise en œuvre et incidences sur la rentabilité et la sécurité de l'opération</p>	<p>Analyse des instruments de règlement et de leur utilisation à l'international (chèque, virement bancaire, effets de commerce, CB et autres modalités de paiement en ligne)</p> <p>Les techniques non documentaires</p> <p>Calcul des coûts de recours aux instruments documentaires</p> <p>Les délais de paiement et leur cadre juridique</p> <p>Analyse et mise en œuvre des techniques documentaires (remise documentaire, crédit documentaire) et des garanties bancaires (LCSB) (1^{ère}/2^e année)</p>	<p>Analyse et mise en œuvre des techniques documentaires (remise documentaire, crédit documentaire) et des garanties bancaires (LCSB) (1^{ère}/2^e année)</p> <p>Les conséquences du choix du mode de paiement sur la rentabilité de l'opération et les garanties</p>
<p>Financement des opérations commerciales internationales courantes</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Besoins de financement liés aux opérations internationales</p> <p>Calculs financiers (intérêts simples)</p> <p>Instruments de financement à court terme</p>		<p>L'analyse des besoins de trésorerie et de financement du cycle d'exploitation à l'export et à l'import</p> <p>Calcul du coût des opérations de financement</p> <p>Les techniques bancaires de mobilisation des créances (escompte, MCNE, ADE, ADI, le forfaitage) et l'affacturage</p>
Gestion des risques	<p>Typologie des risques des opérations internationales (non-paiement, de change, de transport, de non-conformité, non-exécution, douanier)</p> <p>Pour chacun des risques identifiés : facteurs de risque, évaluation des risques, méthodes de prévention (1^{ère}</p>	<p>Les faits générateurs de risque (défaillance clients, fournisseurs, prestataires, banques, causes politiques et réglementaires, litiges...)</p> <p>Les critères d'intensité du risque (type de partenaires, profil, historique de la relation commerciale, secteur d'activité, pays, engagements contractuels...)</p>	

	/2 ^e année), techniques de couverture (1 /2 ^e année), conséquences et incidences pour l'entreprise et ses partenaires (2 ^e année) Gestion des couvertures et des sinistres (1 /2 ^e année)	Les méthodes internes de prévention des risques Les couvertures externes (banques, assurances) Le suivi des dossiers sinistres L'indemnisation des sinistres	Les méthodes internes de prévention des risques Les couvertures externes (banques, assurances, affacturage et forfaitage) Le suivi des dossiers sinistres L'indemnisation des sinistres
Règlement des litiges <i>Dimension internationale de CEJM</i>	Justice de droit commun et justice alternative		Règlements internationaux des litiges. Recours à une juridiction de droit commun vs alternative (conciliation, médiation, arbitrage en droit ou en équité). Avantages et inconvénients de la justice alternative. Procédures dont exequatur.
Achat international	Comparaison des offres des fournisseurs Outils de suivi des achats	Les types d'achat (stratégiques, non stratégiques) Les étapes de la consultation des fournisseurs (cahier des charges, RFI, RFQ, sélection) Les éléments constitutifs du coût complet d'acquisition d'un produit et calcul de coût de revient Les critères de choix des fournisseurs et les matrices multicritères	Les indicateurs de performance (liés au respect des engagements) et les grilles d'évaluation des fournisseurs Le tableau de bord des achats Les méthodes de contrôle qualité
Suivi des opérations et reporting	Tableau de bord de suivi Indicateurs de performance		Les principes de construction du tableau de bord. Les principaux indicateurs du tableau de bord

III.-2 Mise en œuvre didactique et pédagogique

Progressivité des mises en situation professionnelle :

Les mises en situation permettent de développer les compétences de façon incrémentale, progressive. Chaque mise en situation contribue au développement de compétences et à l'acquisition de notions.

Des mises en situation professionnelle simples pour commencer, puis plus complexes, convoquent de façon ciblée et utile (en fonction du contexte proposé et des objectifs pédagogiques) les savoirs associés.

Les notions sont apportées au regard du contexte (pas de notions hors-sol, mais ancrées au regard des besoins de la situation).

Les liens avec les blocs 1 et 3 sont systématiquement mis en évidence.

Plusieurs types de mises en situation :

- Des mises en situation « découverte », pour donner du sens, de l'appétence
- Des mises en situation recentrée sur une thématique très précise pour approfondir (ex : le risque de transport)
- Des mini situations réalisées pour aborder un point précis du programme, réviser, tester ; des exercices d'application
- Des mises en situation « type BTS blanc » pour vérifier la maîtrise des compétences terminales.

Construction progressive des fiches de synthèse de ressources notionnelles et méthodologiques :

Au fur et à mesure des situations mises en œuvre, divers savoirs sont abordés, ainsi que des méthodes d'analyse et de calcul. À la fin de chaque mise en situation, les nouvelles notions et méthodes abordées sont synthétisées et prises en notes.

Pour cela, on peut imaginer que l'étudiant dispose d'un classeur/trieur reprenant les grandes thématiques du programme de MOI.

(Exemple de structure : 1. Droit et contrat, 2. Logistique et transport, 3. Tarification export et achat import, 4. Douane et réglementation, 5. Paiement et financement, 6. Risques et litiges, 7. Procédures et reporting).

Chaque thématique (et donc partie du classeur/trieur) comprend des fiches de synthèse (ex : la fiche « Contrat d'achat/vente, la fiche « Incoterms » ...). Ces fiches de synthèse sont complétées au fur et à mesure des mises en situation proposées tout au long du cursus.

III.-3 Outils de suivi de la construction des compétences et des savoirs

Les tableaux proposés ci-dessous (deux par année, un pour les compétences et un pour les savoirs) sont des outils de suivi et donc de guidance pour l'équipe pédagogique en charge de la MOI. Au fur et à mesure de l'avancée dans l'enseignement du bloc 2, l'équipe peut cocher/valider les éléments qui sont abordés.

M.e.s. = Mise en situation professionnelle

Pour les compétences : indiquer le niveau travaillé :

- Niveau 1 : Découverte/Initiation
- Niveau 2 : Intermédiaire/Appropriation
- Niveau 3 : Confirmé/Approfondissement
-

En première année, ce sont principalement les deux premiers niveaux qui sont mis en œuvre.

ANNEE 1 : Tableau de suivi des compétences et savoirs travaillés en 1A avec le niveau travaillé

COMPÉTENCES	M.e.s. 1	M.e.s. 2	M.e.s. 3	M.e.s. 4
1. Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international - Identifier et sélectionner les acteurs internes et externes nécessaires à la réalisation d'une opération import/export - Déterminer leurs champs d'intervention et leurs responsabilités - Préparer la documentation nécessaire à l'opération - Veiller à la conformité - Assurer le suivi logistique, douanier et financier de l'opération et gérer les dysfonctionnements	<i>Indication des niveaux</i>	<i>Indication des niveaux</i>	<i>Indication des niveaux</i>	<i>Indication des niveaux</i>	
3. Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges - Identifier et évaluer les risques - Comparer les différentes couvertures possibles - Mettre en œuvre une couverture de risque - Traiter les sinistres - Déterminer les éléments d'information à apporter en cas de réclamation ou litige avec un fournisseur ou client					
4. Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire - Appliquer le processus de gestion de l'opération dans le respect des procédures import/export - Contrôler les documents émis par les intervenants - Établir le bilan de la réalisation de l'opération					
5. Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs - Sélectionner les critères de performance - Mesurer les performances - Établir un bilan régulier des performances					
SAVOIRS	M.e.s. 1	M.e.s. 2	M.e.s. 3	M.e.s. 4
Droit des contrats internationaux : Droit spécifique du commerce international - Sources spécifiques : conventions internationales bilatérales et multilatérales arrangements et accords commerciaux, Lex mercatoria - Conventions internationales - Rome, - La Haye					

<ul style="list-style-type: none"> - Vienne - Importance du droit du contrat et de la question du règlement des litiges. 					
<p>Contrat d'achat/vente international</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conditions Générales de Vente Export / Achat Import : principales clauses - Contrat de vente export/achat import : - Concept de contrat commercial international. - Principales clauses du contrat - Phases précontractuelles : - Distinction appel d'offre/demande d'offre - Éléments d'une demande d'offre, d'une offre, - Portée juridique de l'offre 					
<p>Incoterms</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rôle - Typologie : Pour chaque incoterm : répartition en termes de coûts et de risques, documents à fournir, obligations et risques pour chaque partie : - Les multimodaux : <ul style="list-style-type: none"> - EXW - FCA locaux de l'exportateur - FCA terminal de départ - CPT - CIP - DAP - DPU - DDP - Les maritimes : <ul style="list-style-type: none"> - FAS - FOB - CFR - CIF 					
<p>Prestations de services pour la réalisation des opérations du CI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prestataires de services transport/logistique : - Intervenants, rôles et responsabilités - Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande d'offre (éléments quantitatifs et qualitatifs) - Critères de choix des prestations (critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle 					

<p>et des responsabilités du prestataire)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations - Représentant en douanes enregistré : <ul style="list-style-type: none"> - Intervenants, rôles et responsabilités - Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande <p>d'offre (éléments quantitatifs et qualitatifs)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Critères de choix des prestations (critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire) - Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations - Banques : <ul style="list-style-type: none"> - Intervenants, rôles et responsabilités - Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande <p>d'offre (éléments quantitatifs et qualitatifs)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Critères de choix des prestations (critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire) - Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations - Compagnies d'assurance : <ul style="list-style-type: none"> - Intervenants, rôles et responsabilités - Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande <p>d'offre (éléments quantitatifs et qualitatifs)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Critères de choix des prestations (critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire) - Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations - Organismes d'appui aux opérations internationales : <ul style="list-style-type: none"> - Intervenants, rôles et responsabilités - Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande <p>d'offre (éléments quantitatifs et qualitatifs)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Critères de choix des prestations (critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire) - Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations 					
<p>Chaîne documentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principes de la gestion documentaire à l'international - Composantes de la chaîne documentaire 					

<p>Logistique et supply chain</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supply chain : définition - Spécificités de la chaîne logistique à l'international et opérations induites - Avantages et inconvénients de la sous-traitance logistique : - Distinction statut mandataire/commissionnaire de transport (Opérateur de Transport et Logistique) et implications pour le chargeur 					
<p>Transport international de marchandises</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transport maritime : <ul style="list-style-type: none"> - Avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux - Tarification du fret international : Calcul du poids taxable - Tarification des opérations annexes : Modalités de calcul explicites et simples - Documents de transport - Conventions internationales de transport - Transport aérien : <ul style="list-style-type: none"> - Avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux - Tarification du fret international : Calcul du poids taxable / Règle du payant pour - Tarification des opérations annexes : Modalités de calcul explicites et simples - Documents de transport - Conventions internationales de transport - Transport routier : <ul style="list-style-type: none"> - Avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux - Tarification du fret international : Calcul du poids taxable/ Règle du payant pour - Tarification des opérations annexes : Modalités de calcul explicites et simples - Documents de transport - Conventions internationales de transport - Transport ferroviaire : <ul style="list-style-type: none"> - Avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux - Tarification du fret international : Calcul du poids taxable - Tarification des opérations annexes : Modalités de calcul explicites et simples - Documents de transport - Conventions internationales de transport - Transport fluvial : <ul style="list-style-type: none"> - Avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux 					

<ul style="list-style-type: none"> - Tarification du fret international : Calcul du poids taxable - Tarification des opérations annexes : Modalités de calcul explicites et simples - Documents de transport - Conventions internationales de transport - Transport express : - Avantages, contraintes, évolutions et impacts environnementaux - Tarification du fret international : Calcul du poids taxable - Tarification des opérations annexes : Modalités de calcul explicites et simples - Documents de transport - Conventions internationales de transport - Organisation des expéditions selon les modes de transport : - Conditions de palettisation - Conditions d'empotage d'un conteneur - Nombre de cartons sur une palette/dans un conteneur. Même position pour tous les cartons/palettes - LCL - FCL - Intermodalité/multimodalité - Critères et méthodes de choix d'une solution de transport : Critères quantitatifs et qualitatifs fondamentaux - Contrat de transport - Responsabilité du transporteur 					
<p>Tarification export et coût de revient import</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prix à l'export selon l'incoterm - Mode d'élaboration des tarifs export : Principes - Coût de revient import : Structure du coût de revient import et calcul 					
<p>Procédures et outils de gestion des opérations : Découverte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Processus d'administration des ventes et achats internationaux - Outils de suivi et de validation des documents et leur évolution (blockchain...) - Solutions numériques de gestion import-export 					

<p>Fiscalité et douane</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réglementation douanière nationale et communautaire : - Les entités douanières : territoire national, États communautaires, UE, pays tiers, OMD - Le contrôle des marchandises à l'import et à l'export : produits libérés - Organisation et procédures de dédouanement : Procédure de droit commun de dédouanement dans le cadre du CDU : Déclaration normale au bureau de douane sans dédouanement centralisé - Régimes douaniers : Régimes définitifs - Exportation définitive - Importation définitive - Liquidation douanière : - Calculs de valeur en douane, - Calcul de la valeur statistique - Calcul d'autres droits et taxes UE - Mécanisme de la TVA : Principes - La TVA : - - Mécanisme en B2B : -TVA à l'export - TVA à l'import - TVA intracommunautaire - Obligations déclaratives et documentaires : - Caractéristiques douanières de la marchandise : Espèce, valeur, origine - - Les obligations déclaratives dans le cadre des échanges communautaires : DEB - Les obligations déclaratives dans le cadre des échanges communautaires : DES - Les obligations déclaratives dans le cadre des échanges extracommunautaires (DAU...) 					
<p>Paiements internationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instruments de paiement à l'international : Analyse des instruments et de leur utilisation à l'international - chèque 					

<ul style="list-style-type: none"> - virement bancaire - effets de commerce - CB et autres modalités de paiement en ligne <ul style="list-style-type: none"> - Critères de choix instruments de paiement et contraintes - Techniques de paiement à l'international - Les techniques non documentaires - Les techniques documentaires : présentation sommaire <ul style="list-style-type: none"> - Remise documentaire - Crédit documentaire - Calcul des coûts de recours aux instruments documentaires <ul style="list-style-type: none"> - Critères de choix des techniques et contraintes - Les garanties bancaires (LCSB) : Présentation sommaire - Les délais de paiement et leur cadre juridique 					
<p>Gestion des risques</p> <p>Risque de non-paiement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs de risque : faits générateurs - Évaluation des risques : critères d'intensité - Méthodes internes de prévention <p>Risque de change :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs de risque : faits générateurs - Évaluation des risques : critères d'intensité <p>Risque transport :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs de risque : faits générateurs - Évaluation des risques : critères d'intensité - Méthodes internes de prévention - Techniques de couverture : Assurance <ul style="list-style-type: none"> - Gestion des sinistres : <ul style="list-style-type: none"> - Le suivi des dossiers - L'indemnisation <p>Risque douanier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs de risque : faits générateurs 					

<ul style="list-style-type: none"> - Évaluation des risques : critères d'intensité <p>Risque de non-conformité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs de risque : faits générateurs - Évaluation des risques : critères d'intensité <p>Risque de non-exécution :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs de risque : faits générateurs - Évaluation des risques : critères d'intensité 					
<p>Achat international</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comparaison des offres des fournisseurs - Les types d'achat (stratégiques, non stratégiques) - Les étapes de la consultation des fournisseurs (cahier des charges, RFI, RFQ, sélection) - Les éléments constitutifs du coût complet d'acquisition d'un produit et calcul de coût de revient - Les critères de choix des fournisseurs et les matrices multicritères 					

ANNEE 2 : Tableau de suivi des compétences et savoirs travaillés en 2A avec indication du niveau travaillé

COMPETENCES	M.e.s. 1	M.e.s. 2	M.e.s. 3	M.e.s. 4
1. Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international - Identifier et sélectionner les acteurs internes et externes nécessaires à la réalisation d'une opération import/export - Déterminer leurs champs d'intervention et leurs responsabilités - Préparer la documentation nécessaire à l'opération - Veiller à la conformité - Assurer le suivi logistique, douanier et financier de l'opération et gérer les dysfonctionnements	<i>Indication des niveaux</i>	<i>Indication des niveaux</i>	<i>Indication des niveaux</i>	<i>Indication des niveaux</i>	
2. Évaluer les conséquences des choix opérés - Vérifier la faisabilité et la conformité aux conditions commerciales et réglementaires d'une demande d'offre ou d'une commande export ou import - Proposer des solutions pour pallier les éventuelles difficultés détectées					
3. Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges - Identifier et évaluer les risques - Comparer les différentes couvertures possibles - Mettre en œuvre une couverture de risque - Traiter les sinistres - Déterminer les éléments d'information à apporter en cas de réclamation ou litige avec un fournisseur ou client					
4. Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire - Appliquer le processus de gestion de l'opération dans le respect des procédures import/export - Contrôler les documents émis par les intervenants - Établir le bilan de la réalisation de l'opération					
5. Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs - Sélectionner les critères de performance - Mesurer les performances - Établir un bilan régulier des performances					
6. Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations - Identifier les axes d'amélioration potentiels de la gestion des opérations - Proposer des solutions adaptées afin d'accroître l'efficacité de la gestion des opérations					
7. Concevoir et analyser des tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations - Concevoir des tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations					

- Mettre à jour les tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations - Analyser les tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations					
SAVOIRS ASSOCIÉS	M.e.s. 1	M.e.s. 2	M.e.s. 3	M.e.s. 4
Droit des contrats internationaux, l'éthique et la déontologie - Comprendre et appliquer un accord commercial - Principaux systèmes juridiques (common law, civil law, ...) : Appréhender la variété des cultures juridiques pour comprendre les risques - Territorialité et extraterritorialité des textes et implications - Éthique des affaires et déontologie : Concept et implications des chartes éthiques et des engagements sociaux et environnementaux (voire politiques) des entreprises au niveau des opérations internationales					
Contrat d'achat/vente international - Risques juridiques liés au contrat international - Moyens de prévention					
Incoterms : Enjeux - En termes de choix d'incoterms - En cas de changement d'incoterms					
Prestations de services pour la réalisation des opérations du CI - Organismes de certification et de contrôle qualité, sociétés d'inspection : - Intervenants, rôles et responsabilités - Cahier des charges de l'achat de prestation et éléments de la demande d'offre (éléments quantitatifs et qualitatifs) - Critères de choix des prestations (critères quantitatifs et qualitatifs en fonction du rôle et des responsabilités du prestataire) - Outils et méthodes de suivi et d'évaluation des prestations					
Chaîne documentaire - Enjeux de la gestion documentaire à l'international - Dématérialisation des documents					
Logistique et supply chain : Enjeux					
Transport international de marchandises - Critères et méthodes de choix d'une solution de transport : Autres critères quantitatifs et qualitatifs					
Procédures et outils de gestion des opérations : Analyse - Processus d'administration des ventes et achats internationaux					

<ul style="list-style-type: none"> - Outils de suivi et de validation des documents et leur évolution (blockchain...) - Solutions numériques de gestion import-export 					
<p>Fiscalité et douane</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réglementation douanière nationale et communautaire : Le contrôle des marchandises à l'import et à l'export : produits non libérés - - Statuts douaniers : <ul style="list-style-type: none"> - OEA - EA - EE/ Système REX - Accords de reconnaissance mutuelle <ul style="list-style-type: none"> - Organisation et procédures de dédouanement : Les procédures de dédouanement <ul style="list-style-type: none"> - Simplifiées - A domicile, - sans DC - avec DC - DCN/DCC (repoussé en 2026) - Régime douanier du transit - Régimes douaniers particuliers : <ul style="list-style-type: none"> - Exportation temporaire / admission temporaire /carnet ATA - Entrepôt douanier - Destination particulière - Perfectionnement actif - Perfectionnement passif - Apurement douanier <ul style="list-style-type: none"> - Mécanisme de la TVA : <ul style="list-style-type: none"> - La TVA : - - Mécanisme en B2C : <ul style="list-style-type: none"> -TVA à l'export - TVA à l'import 					

<ul style="list-style-type: none"> - TVA intracommunautaire <ul style="list-style-type: none"> - TVA à l'import : Procédures d'autoliquidation : dispositif et démarche - Obligations déclaratives et documentaires : - Les outils de recherche d'informations douanières et de déclarations - Les obligations déclaratives dans le cadre d'accords préférentiels - Réglementation sécurité/sûreté : - Les obligations déclaratives en matière de sécurité/sûreté (procédures ICS/ECS) - Le programme SAFE 					
<p>Conformité réglementaire : Conformité des produits et des opérations à la réglementation et aux normes, à l'import et à l'export :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les obligations documentaires et déclaratives - La certification et les organismes - Les sources d'information et les partenaires à solliciter 					
<p>Paiements internationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Techniques de paiement à l'international - Analyse et mise en œuvre des techniques documentaires : <ul style="list-style-type: none"> - Remise documentaire - Crédit documentaire - Les garanties bancaires (LCSB) : Analyse et mise en œuvre - Conditions de mise en œuvre et incidences sur la rentabilité et la sécurité de l'opération : Conséquences du choix du mode de paiement sur la rentabilité de l'opération et les garanties 					
<p>Financement des opérations commerciales internationales courantes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besoins de financement liés aux opérations internationales : - Analyse des besoins de trésorerie et de financement du cycle d'exploitation à l'export - Analyse des besoins de trésorerie et de financement du cycle d'exploitation à l'import <ul style="list-style-type: none"> - Calculs financiers (intérêts simples) et du coût global des opérations de financement - Instruments de financement à court terme - Escompte - MCNE - ADE 					

<ul style="list-style-type: none"> - ADI - Forfaitage - Affacturage 					
<p>Gestion des risques</p> <p>Risque de non-paiement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Techniques de couverture : - Bancaire - Assurance-crédit - Gestion des couvertures / sinistres : <ul style="list-style-type: none"> - Le suivi des dossiers - L'indemnisation <p>Risque de change :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthodes internes de prévention (termaillage, clauses d'indexation, compensation) - Techniques de couverture : - Bancaire <ul style="list-style-type: none"> - Couverture à terme - Option de change - Assurance change - Gestion des couvertures / sinistres : <ul style="list-style-type: none"> - Le suivi des dossiers - L'indemnisation <p>Risque douanier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthodes de prévention <p>Risque de non-conformité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthodes de prévention <p>Risque de non-exécution :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthodes internes de prévention - Techniques de couverture : - Bancaire : garanties de marché - Assurance 					

<ul style="list-style-type: none"> - Gestion des couvertures / sinistres : - Le suivi des dossiers - L'indemnisation 					
Règlement des litiges <ul style="list-style-type: none"> - Justice de droit commun - Justice alternative : - Conciliation, médiation, arbitrage en droit ou en équité - Avantages et inconvénients de la justice alternative. - Procédures dont exequatur. 					
Achat international <ul style="list-style-type: none"> - Outils de suivi des achats : - Indicateurs de performance (liés au respect des engagements) - Grilles d'évaluation des fournisseurs - Tableau de bord des achats - Méthodes de contrôle qualité 					
Suivi des opérations et reporting <ul style="list-style-type: none"> - Tableau de bord de suivi : principes de construction du tableau de bord - Indicateurs de performance : principaux indicateurs 					

IV.- Ressources

IV.-1 Les sites pour accéder aux réglementations, aux accords, normes et certifications

<https://europa.eu/>

<https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>

<https://www.douane.gouv.fr/>

<https://madb.europa.eu/>

<http://www.wcoomd.org/fr.aspx>

<https://www.afnor.org> (accès payant)

<https://www.inpi.fr/fr>

<http://www.wipo.int/portal/fr/>

<https://socotec-certification-international.com/certificat-domain/www.iso.org>

<http://www.lcie.fr>

IV.-2 Principaux sites généralistes (appui aux opérateurs du commerce international dans le domaine de la MOI)

<https://www.teamfrance-export.fr>

www.businessfrance.fr

www.bpifrance.fr

www.cnccef.org

www.ccifrance-international.org

<https://www.icc-france.fr/#>

<https://www.e-tlf.com>

www.wto.org

www.intracen.org

IV.-3 Logiciels professionnels et fonctionnalités utilisés dans l'enseignement de MOI

Opérations import/export : traitement des commandes, gestion des approvisionnements et expéditions, gestion des stocks, facturation, CRM

- SAP : gestion supply chain amont/aval
- DIVALTO : édition de documents,
- TURING : gestion des achats, traitement des commandes clients
- PMI (Cegid) : édition documents, gestion des expéditions, CRM

- INWO: facturation, gestion des stocks
- 123 LOG : traitement des commandes
- LUNDI MATIN BUSINESS : suivi des commandes clients
- AKEAD : facturation
- X3 ADONIX : traitement des commandes

Douanes :

- DELTAPASS CONEX
- MYTOWER GTM (Alis)

Logistique

- SIMPLYSHIP : plan de transport, impression des étiquettes, aide au choix du transporteur, suivi des marchandises, gestion des anomalies et des réserves... + facturation
- IZYPRO, SHIPPINGBO (WMS) : réception des marchandises, entreposage, préparation de commandes, gestion des stocks, inventaire...
- ELWIS (Lufthansa) : gestion des entrées et sorties de fret aérien

PGI

- **ODOO** *Essai gratuit*

TABLEUR :

Utilisations :

- tableaux des ventes, calculs de marges, parts des ventes par zone...
- comparaison et calculs des offres fournisseurs, suivi des achats
- tableau des tarifs par transporteur, options et suppléments inclus
- facturation, gestion des stocks
- conversion monétaire

Fonctions mises en œuvre : (transversales aux 3 blocs)

- graphiques tous types
- fonctions de base : MOYENNE, MAX, MIN, ECARTYPEP...
- fonctions avancées : SI imbriqués, RECHERCHEH / RECHERCHEV
- tableaux croisés dynamiques.

BLOC DE COMPÉTENCES 3

Participer au développement commercial **international**

BLOC 3 : PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL INTERNATIONAL

I.- Explication des compétences, propositions de stratégies pédagogiques et didactiques

Compétences	Explicitation
<p>1.- Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise</p> <p>- Identifier les besoins d'informations</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Dans le cadre d'une stratégie globale, il convient de montrer l'importance de l'information, notamment à travers la notion d'intelligence économique qui est définie comme un mode de gouvernance fondé sur la maîtrise et l'exploitation de l'information stratégique pour créer de la valeur durable dans une entité. Elle se décline en veille/anticipation, maîtrise des risques (sécurité économique) et action proactive sur l'environnement (influence). L'Intelligence économique allie étroitement pensée et action et contribue à réduire l'incertitude pour aider à la mise en œuvre de stratégies. (source : DÉLÉGATION INTERMINISTÉRIELLE À L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE « Intelligence économique Références et notions-clés » 2015 https://sisse.entreprises.gouv.fr/files_sisse/files/outils/referentiels/d2ie_reference_et_notion-cle-juillet.pdf)</p> <p><u>Propositions</u> : Des liens peuvent être établis avec le programme de CEJM, notamment le thème 4 "L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise" : rôle de la CNIL, protection des actifs immatériels, protection des données...</p> <p>Des transversalités existent avec le bloc 1 notamment sur les thématiques liées au SIC.</p> <p>Il est important de mentionner la diversité des thèmes qui doivent faire l'objet d'une veille en entreprise en fonction de son activité, mais aussi du caractère polymorphe de l'environnement. On soulignera l'importance stratégique de la veille, et la diversité des outils numériques qui peuvent être utilisés par les entreprises pour l'organiser et la mettre en œuvre. Qu'il s'agisse des options gratuites et payantes, il est nécessaire d'adapter le choix de l'outil et les besoins en informations.</p> <p>Dans le cadre d'un projet d'internationalisation, les besoins en information sont liés à trois niveaux géographiques d'environnement : domestique, supranational et local du/des pays cible(s).</p> <p>Il est nécessaire de fournir des ressources qui permettront la compréhension des concepts d'intelligence économique, de veille, et de définir la qualité de l'information. Ces ressources peuvent être soit mises à disposition des étudiants, soit créées par une recherche documentaire/web effectuée par les étudiants avec un encadrement actif de l'enseignant.</p>

<p>- Identifier et évaluer les sources d'information</p>	<p>À travers des exemples concrets, il est nécessaire d'attirer l'attention des étudiants sur la multitude de sources d'information qui existe notamment grâce au web et des risques que cela représente. On les amènera à réfléchir, en amont des recherches, aux profils (à l'intégrité) des sources recherchées. Dans le cadre d'une recherche web, on peut les amener à distinguer source/site, auteur/contributeur, fiabilité/sécurité, récence relative/mise à jour, pertinence/intérêt, accessibilité/compréhension pour chacune des sources utilisées.</p> <p>Le problème des « fake news » sera notamment abordé à partir de cas réels et récents. Des supports vidéos peuvent illustrer cette réalité et la rendre plus proche des étudiants.</p> <p><u>Propositions</u> : Il convient d'inciter les étudiants à vérifier la fiabilité des sources à partir de différents indicateurs : l'auteur, la provenance, le contexte de publication ainsi que l'adresse IP du site où l'information est hébergée, etc... pour une première évaluation. Dans un deuxième temps, montrer l'intérêt de recouper une information en fonction de son intérêt par rapport aux objectifs de l'entreprise. Le phénomène des « fake news » peut être évoqué dans ce cadre.</p> <p>Il faut ici mettre l'accent sur le niveau de disponibilité de l'information. S'il est important de diversifier les sources, il faut toutefois respecter une certaine éthique. La distinction entre les informations dites « blanches », « grises » ou « noires » est pertinente. On peut également aiguiller les étudiants dans l'acquisition progressive d'une méthodologie d'évaluation des sources d'information, à travers des mises en situation concrètes.</p>
<p>- Rechercher et sélectionner l'information</p>	<p>La recherche et collecte d'information doit s'organiser dans un souci d'efficacité et notamment de l'obligation d'avoir défini au préalable les éléments cités précédemment (identification des sources et leur évaluation). Il faut inciter les étudiants à avoir une stratégie analytique et non pas de type « butinage ».</p> <p><u>Proposition</u> : Dans cette approche des méthodes de recherche, les étudiants doivent prendre conscience qu'il existe de nombreux moteurs de recherche sur le web et l'usage prédominant de Google peut favoriser une certaine distorsion de la réalité, dans la mesure où dans un moteur de recherche l'information est pré-hiérarchisée. Diversifier ses moteurs de recherche sur le Web peut donc être une piste intéressante pour démultiplier ses sources potentielles et élargir ainsi ses horizons dans sa stratégie de veille.</p> <p>Rappel : La veille à l'international est assurée dans un contexte omnicanal et nécessite de recourir à des outils et des supports digitaux variés (sites gouvernementaux, sites étrangers, réseaux sociaux, applications mobiles, etc...).</p> <p>Il est nécessaire d'utiliser des situations concrètes pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre la démarche de mise en place d'une recherche automatisée d'informations (alertes sur les moteurs de recherche, notifications, abonnements à des flux...) avec les outils adaptés ; - Identifier les outils numériques nécessaires à l'enrichissement du SIC (SGBD, intranet, logiciels de CRM, ...)

	<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser des outils d'agrégation de flux RSS et les outils de curation de contenu (mise à jour régulière à fournir, rester en veille sur les outils de veille...) - Souligner l'importance/la puissance de l'utilisation des réseaux sociaux <u>de manière active</u> pour obtenir de l'information pertinente et pour développer les réseaux professionnels, faire travailler les relais de l'entreprise, travailler le relationnel et stimuler la curiosité : interview d'expert, partage d'expérience, mise en relation ... NB : L'intégration des réseaux sociaux dans un processus de veille (social media monitoring) doit d'ailleurs être envisagée de façon active et ne pas la limiter à de la simple observation. Montrer ici l'importance de développer un réseau avec une diversité d'acteurs qui permettront d'obtenir des informations pertinentes : experts, professionnels de la filière, concurrents... - Sélectionner les informations susceptibles de créer de la valeur pour l'entreprise.
<p>- Mettre à disposition l'information en interne</p>	<p>Il s'agit ici de sensibiliser les étudiants à l'importance de la transmission/partage de l'information. Ils doivent être capables de choisir le meilleur protocole de mise à disposition de l'information en interne en fonction de l'utilisateur.</p> <p>La réflexion porte notamment sur les outils les plus adaptés : support (numérique ou physique) ; la forme (traitement de l'information brute) ; la transmission (technologie utilisée).</p> <p>Les étudiants doivent être en mesure d'identifier les services de l'entreprise concernés par le partage de l'information (service commercial, service achat, service support et entités du réseau...) et de cibler le(s) interlocuteur(s) pertinent(s) pour le reporting (responsable hiérarchique notamment).</p> <p><u>Proposition</u> : L'accent doit être mis sur les outils de travail collaboratif et de communication interne mis à leur disposition, à travers des mises en situations concrètes. Des transversalités peuvent être effectuées avec le bloc 1.</p> <p>L'information doit être accessible, compréhensible, synthétique, sécurisée et transmise par le canal adapté en fonction de chaque contexte d'entreprise (CRM/PGI, Intranet, outils de partage...)</p> <p>Un point de vigilance concernant la qualité de chaque donnée transmise et l'enrichissement, la qualification de l'ensemble des données pour en faciliter l'exploitation au sein de l'entreprise (problématique de clé primaire à connaître, de saisie erronée, de saisie multiples, de nomenclatures d'entreprises à bien utiliser aussi ...). En effet, dans la dynamique de "knowledge management", il faut sensibiliser les étudiants à l'importance de laisser des traces effectives et sécurisées pour les collaborateurs en entreprise... (les données appartiennent à l'entreprise et non à l'employé ...).</p>
<p>- Enrichir le SIM (système d'information marketing) de l'entreprise</p>	<p>Les étudiants doivent être capables de définir le SIM en contexte, de décrire son organisation, ses principales composantes (ressources mobilisées) et son rôle clé dans l'entreprise (insight marketing, valeur de l'information).</p> <p>Il est nécessaire d'identifier ici les outils numériques nécessaires à l'enrichissement du SIM (SGBD, Intranet, CRM...).</p>

	<p>Il s'agit également de comprendre les enjeux liés à la mise à jour régulière du SIM dans une problématique croissante de sécurisation des données (respect des règles de confidentialité, des solutions de cryptage mises en place au sein des entreprises).</p> <p><u>Proposition</u> : On peut envisager de demander aux étudiants d'effectuer une recherche web sur des représentations schématiques d'exemples de SIM/SIC, d'en sélectionner une ou plusieurs et d'en décrire les principales composantes : (RH/hardware/software/réseau/intranet/extranet/flux d'informations/éléments de stockage/éléments de sécurisation...).</p> <p>On peut aussi envisager de développer cette compétence en reprenant l'exemple d'un terrain de stage des étudiants, au cours de la deuxième année.</p> <p>Dans cette partie, on insistera sur le fait que chaque contexte d'entreprise peut entraîner une conception différente du SIM et une gradualité potentielle dans la technicité de ses composantes.</p>
--	--

<p>2. Analyser et synthétiser les informations sur un marché cible</p> <p>- Analyser les données sur un marché cible et déterminer les principales tendances</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Cette démarche d'analyse doit permettre dans un premier temps de sélectionner des pays potentiels en fonction d'une méthodologie multicritère de l'attractivité d'un marché cible. Le choix du/des pays repose sur un raisonnement « pas à pas » qui formalise du mieux possible une succession de choix raisonnés. L'application d'une logique en entonnoir permet d'éliminer, et de ce fait retenir, les pays en fonction de plusieurs facteurs considérés simultanément. L'utilisation d'une matrice de sélection est à privilégier dans ce sens.</p> <p>Dans un premier temps, l'étude des marchés cibles potentiels doit non seulement prendre en compte les différentes dimensions macro-économiques qui composent un pays, mais aussi le contexte international associé et actualisé : situation géographique, zone géopolitique, conflits et accords internationaux...</p> <p>Il est nécessaire de mettre l'accent sur l'adaptation de la démarche d'analyse en fonction du type d'entreprise, de ses caractéristiques, de ses objectifs, mais aussi de son marché. Ainsi une PME peut avoir intérêt à cibler un pays géographiquement proche pour limiter les coûts logistiques.</p> <p>Dans ce cadre, la représentation cartographique du monde doit se faire à partir de l'analyse des grands flux commerciaux internationaux (ex : les nouvelles routes de la soie) et non pas selon une approche strictement géographique.</p> <p><u>Proposition</u> : Des liens peuvent être établis avec le programme de CEJM, notamment le thème 2 "La régulation de l'activité économique : comment l'entreprise intègre-t-elle la connaissance de l'environnement dans sa prise de décision ?".</p> <p>On peut également envisager d'utiliser des ressources médias efficaces (Courtes vidéos "Le Dessous des cartes" : focus pays, thématiques géopolitiques, évolutions des grandes zones mondiales...).</p> <p>La dimension culturelle peut également être abordée en collaboration avec les collègues de Langues vivantes, une séquence commune peut être envisagée, une forme d'évaluation commune également (écrite ou orale).</p> <p>Dans un second temps, pour le/les pays retenu(s), l'étude en profondeur du marché cible va permettre de confirmer ou non l'attractivité et de préparer le déploiement de l'entreprise. À ce stade, l'étudiant doit être capable de repérer et d'analyser les données de type micro-économiques qui caractérisent les différentes dimensions d'un marché (demande, offre, circuit de distribution, concurrence) sur des aspects qualitatifs et quantitatifs.</p>
--	--

	<p><u>Proposition</u> : Les situations proposées aux étudiants doivent utiliser des données récentes et s'appuyer sur l'étude de cas concrets liés à des contextes culturels différents.</p> <p>L'analyse d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs doit permettre l'utilisation des outils numériques adaptés.</p> <p>On peut ici mettre en situation des groupes d'étudiants (flots, jeu d'entreprise, etc.), leur fournir un corpus de données brutes actualisées (résultat d'une recherche web effectuée par l'enseignant sur un marché spécifique), leur donner une ressource méthodologique (structure d'une analyse de marché) pour les aider à repérer et structurer les informations utiles à l'entreprise support.</p> <p>On ne demande pas aux étudiants de réaliser les études primaires, mais d'exploiter des informations collectées soit dans le cadre de la veille, soit provenant d'études commerciales existantes.</p>
<p>- Repérer les opportunités, les contraintes et risques du marché cible</p>	<p>L'environnement international peut être à la fois source d'opportunités, mais aussi de risques et/ou contraintes spécifiquement liés à l'activité de l'entreprise sur les marchés étrangers.</p> <p>À travers l'analyse des informations sur le marché, il faut conduire les étudiants à différencier :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments qui vont constituer des occasions favorables ou les éléments facilitateurs des démarches, pour permettre à l'entreprise de se déployer sur le marché ciblé ; - Les éléments contraignants en termes d'accessibilité physique, réglementaire ou liés à l'offre de l'entreprise qui vont gêner, ralentir, voire rendre impossible le projet de déploiement. <p><u>Proposition</u> : Cette notion de risque peut être abordée à travers les analyses que proposent différents organismes spécialisés dans le domaine de l'assurance internationale.</p> <p>Un lien avec la compétence "Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges" du bloc 2 doit être fait pour insister sur les répercussions de ces risques dans un projet international.</p> <p>Il faut inciter les étudiants à intégrer dans leur analyse la notion de risque pays et celui de l'environnement des affaires en rappelant le principe qu'il peut exister des entreprises fiables dans des pays à risque et des entreprises à risques dans des pays fiables. Le risque global résulte à la fois des spécificités d'une entreprise et de celles du pays dans lequel elle opère.</p>
<p>- Synthétiser l'information</p>	<p>Le travail d'analyse des données sur un marché cible est un outil d'aide à la décision et doit par conséquent être présenté de façon à faciliter le travail du décideur. Les étudiants doivent savoir sélectionner et mettre en relief les informations utiles à la prise de décision.</p>

	<p><u>Proposition</u> : Pour faire suite à la proposition précédente (flots, jeu d'entreprise), on peut demander aux étudiants de formuler un reporting écrit ou oral susceptible de faciliter la prise de décision du responsable export d'une entreprise spécifique.</p> <p>Bien distinguer ici l'analyse de la synthèse et insister sur la valeur ajoutée d'une remontée d'information efficiente et éclairante pour le décideur.</p>
<p>3. Recenser et identifier des modalités de déploiement sur un marché cible</p> <p>- Repérer et comparer les possibilités de déploiement offertes sur le marché cible</p> <p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p> <p>- Proposer une solution de déploiement adaptée</p>	<p>Le choix de la modalité de déploiement dépend généralement de contraintes stratégiques telles que l'implication et la responsabilité que le dirigeant de l'entreprise souhaite avoir, des contraintes commerciales ou encore des contraintes juridiques. Les étudiants doivent être capables de vérifier la faisabilité des différentes possibilités de déploiement en fonction du contexte visé : s'internationaliser par l'exportation (directe et/ou indirecte), s'internationaliser en s'implantant (<i>une implantation contrôlée, avec par exemple la création d'une filiale ; une implantation sous-traitée à des bureaux d'achat, importateurs, concessionnaires ; une implantation concertée avec des groupements d'exportateurs, du portage, une franchise, une joint-venture, etc.</i>) ; s'internationaliser par croissance externe (fusion, acquisition, prise de participation...) et de proposer une solution réaliste et adaptée.</p> <p><u>Proposition</u> : Dans le cadre de la croissance externe par exemple, il est opportun de montrer que la concurrence peut être appréhendée en tant que cible d'une opération d'investissement pour s'implanter sur un marché étranger et les avantages que cela procure (gain de temps, intégration culturelle, visibilité...). Sur ce point il est intéressant de faire le lien avec la CEJM, thème 6 "Les choix stratégiques de l'entreprise".</p> <p>Les options d'internationalisation et solutions de déploiement doivent être clairement explicitées au travers d'exemples concrets et actualisés.</p> <p><u>Proposition</u> : Il ne s'agit pas de dresser un catalogue des options et d'appliquer ensuite à un cas d'entreprise, il s'agit à l'inverse de partir d'une réalité d'entreprise et d'amener les étudiants à évoquer plusieurs possibilités et à faire des choix pertinents. Comme pour la précédente compétence, on peut envisager des transversalités naturelles avec CEJM.</p>
<p>- Identifier les partenaires du déploiement</p>	<p>Il s'agit ici d'expliquer l'importance des partenaires à l'étranger dans la réussite du déploiement sur un marché. Leur rôle est d'assurer une partie des activités de l'exportateur à l'étranger (vente par exemple) et donc d'en assurer la représentation (parfois la seule) sur le marché visé.</p> <p>Concrètement, ces partenaires peuvent d'abord être des entités déjà présentes dans l'écosystème de l'exportateur (clients, fournisseurs par exemple) ou des entreprises sans lien, qui peuvent être françaises</p>

	<p>(groupement d'exportateurs, portage, commissionnaire exportateur...) ou locales (franchisé, importateur, courtier...).</p> <p>La notion de partenaire industriel sera également envisagée dans le cadre d'une cession de licence ou de brevet.</p> <p><u>Proposition</u> : Les étudiants doivent être capables d'identifier et analyser les critères de choix d'un partenaire. À partir de cas concrets, il faut les amener à prendre en compte des critères qualitatifs (expérience, image, stratégie...), mais aussi quantitatifs et notamment économiques, financiers (analyse du bilan, du compte de résultat) pour aider à la sélection du partenaire.</p> <p>On peut utiliser des matrices de sélection, et tout autre outil d'aide à la décision (scoring) en fonction des contextes d'entreprise.</p>
<p>- Mobiliser les organismes de soutien à l'export</p>	<p>Pour se lancer à l'international ou pour développer ce pan de leur activité, les entreprises peuvent bénéficier des aides des acteurs publics et privés nombreux en France.</p> <p><u>Proposition</u> : La découverte des organismes de soutien à l'export doit se réaliser tant que possible à travers des situations concrètes d'entreprise. Elles doivent permettre aux étudiants de connaître les organismes ainsi que leurs moyens d'intervention dans le cadre d'un projet d'exportation/d'implantation afin de les solliciter de façon efficace (aides financières, conseils, accompagnements, assurances...).</p> <p>Il est utile de faire une distinction "Amont/Aval" entre les organismes qui peuvent aider pour les informations pays et marchés et ceux qui peuvent aider au déploiement à l'export....</p> <p>(Cf. IV-2 Organismes incontournables)</p> <p>Attention, dans ce domaine, les éléments peuvent évoluer très vite en fonction des tendances conjoncturelles, il convient à ce titre d'apporter une attention particulière à l'actualisation des données portées à la connaissance des étudiants. L'utilisation des sites institutionnels est indispensable.</p>
<p>4. Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise</p> <p>- Contribuer à l'étude de faisabilité</p>	<p>Les étudiants ne sont pas amenés à réaliser un diagnostic export dans sa globalité. Cependant leurs connaissances de l'entreprise et des éléments impactés par l'internationalisation doivent leur permettre de mettre en relief les forces et faiblesses de l'organisation par rapport à un projet précis.</p> <p>Il est important de faire prendre conscience aux étudiants que la mise en œuvre d'un projet d'internationalisation a des répercussions sur l'ensemble de l'organisation : services production, commercial, logistique, comptabilité, administratif, culture d'entreprise...</p>

<p><i>Dimension internationale de CEJM</i></p>	<p>Proposition : Le lien est à faire avec CEJM et plus précisément le thème 6 “Les choix stratégiques de l’entreprise” dans lequel sont abordés le diagnostic externe et l’analyse de l’entreprise, mais aussi le diagnostic interne et les ressources stratégiques de l’entreprise.</p> <p>La nécessité d’une préparation à la dimension interculturelle doit également être envisagée (lien avec le bloc 1). Il faut insister sur le fait que si ces différences sont moins visibles que celles liées aux caractéristiques des produits par exemple, elles n’en ont pas moins d’impact. Au point que la réussite - ou l’échec - d’un projet tient parfois à la simple prise en compte - ou non prise en compte - de cet aspect.</p>
<p>- Proposer les adaptations de l’offre au marché cible</p>	<p>L’objet est de faire prendre conscience aux étudiants que malgré l’illusion d’un consommateur global, d’une uniformisation des modes de consommation et donc de l’attrait d’une standardisation de l’offre en termes de coûts, la réalité du terrain montre que cette convergence n’est pas aussi prononcée. L’adaptation de l’offre au contexte local, à des degrés différents selon les situations, est souvent une nécessité.</p> <p>Proposition : À partir de l’analyse du marché cible et de la connaissance de l’offre de l’entreprise, il faut conduire les étudiants à proposer des adaptations du “marketing mix” au contexte du marché cible : Adaptation du produit aux normes en vigueur et à la culture notamment, une politique de prix cohérente avec le marché cible, un choix de réseau de distribution pertinent, un choix d’une communication efficiente pour l’entreprise en fonction des usages locaux, de la réglementation et de l’environnement technologique... Ces adaptations dépendent des spécificités du secteur d’activité et, par conséquent, de la nature des produits offerts par l’entreprise concernée. Une attention particulière doit être portée à la justification, la cohérence et l’aspect réaliste des adaptations proposées.</p> <p>En fonction de l’identité et du métier de l’entreprise (offre de biens et/ou de services), le “marketing mix” pourra être plus ou moins développé : 4, 5, 7 « P » ... De même, en fonction des contextes, il faudra souligner l’intérêt de l’utilisation du marketing digital dans certaines situations de marché, pour certaines entreprises (site web, blog, infographies, outils interactifs, réseaux sociaux, réputation, identité numérique et charte graphique...).</p>
<p>5. Participer à la prospection commerciale</p> <p>- Mobiliser les dispositifs de soutien à la prospection</p>	<p>On peut construire progressivement les compétences de ce domaine dans son ensemble en organisant les enseignements “en mode projet” (travail en groupe) autour d’une mission de prospection qui serait réalisée plutôt en deuxième année. Il est important de mettre l’accent sur le caractère onéreux, incertain d’une opération de prospection et des efforts de soutien proposés par les pouvoirs publics (assurance, prêt, crédit d’impôt, action collective...) pour accompagner les entreprises dans ce domaine.</p> <p>Proposition : La connaissance des dispositifs de soutien à la prospection doit permettre aux étudiants de solliciter de manière efficace les organismes adaptés en temps voulu pour l’entreprise. L’actualisation de cette</p>

	connaissance est permanente. On peut demander aux étudiants, dès la première année, d'activer des outils de veille focalisés sur ces dispositifs.
- Identifier les cibles de prospection	<p>Cette compétence permet d'identifier et sélectionner les cibles, d'en évaluer les potentialités selon des critères établis.</p> <p>En fonction des contextes d'entreprises, on peut avoir plusieurs possibilités : B to B, B to D, B to C ... et donc des critères différents.</p> <p><u>Propositions :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Travailler sur la construction de "portraits robots" de cible, - Travailler sur des critères de scoring spécifiques à chaque catégorie de cible, - Insister sur l'impact que peut avoir le profil de la cible sur les critères retenus lors de l'évaluation des potentialités.
- Mettre en œuvre des actions de prospection	<p>Il s'agit ici de rendre les étudiants capables d'organiser des actions de prospection, en soutien du service commercial de l'entreprise. Ils doivent être en mesure de participer à des actions de prospection en tenant compte des spécificités interculturelles du ou des pays ciblé(s). Il faut donc insister sur le nécessaire cadrage de la prospection. Toutefois, leur rôle s'arrête là où commence celui des commerciaux.</p> <p>La réalisation des opérations de prospection se déroule dans un contexte omnicanal et interculturel. Le choix, entre les méthodes de prospection active (outbound marketing) ou passive (inbound marketing) ainsi que des outils (« traditionnels » et/ou digitaux, doit se faire en fonction des particularités liées à la clientèle, mais aussi aux spécificités du pays ciblé (législation, environnement technologique, habitudes culturelles).</p> <p><u>Proposition</u> : inciter les étudiants à réfléchir sur le coût des moyens proposés, notamment en leur demandant la construction d'un budget de prospection par exemple.</p> <p>Mais ils doivent être avant tout sensibilisés à l'intérêt de réaliser en amont une analyse de l'existant pour l'entreprise concernée, avant de se lancer sur des dépenses de prospection nouvelles : contacter les fournisseurs actuels, les cabinets d'expertise en lien avec leur correspondants locaux, les assureurs, certains clients actuels (et leur réseau...) pour récupérer des informations utiles et mieux cadrer la prospection...</p> <p>En effet, il existe des possibilités déjà présentes au sein même du réseau de l'entreprise pour récupérer et analyser des informations (insight) et ainsi préparer la prospection à moindres frais.</p>
- Évaluer et suivre les actions de prospection	Les étudiants doivent être capables de rendre compte régulièrement des actions menées auprès du responsable export. Cette activité nécessite le recours permanent aux outils numériques adaptés.

	<p>Proposition : Au travers de cas concrets, il s'agit de conduire les étudiants à évaluer les performances quantitatives et qualitatives des opérations de prospection menées.</p> <p>Il sera utile de travailler à partir de ratios de performance adaptés à chaque contexte d'entreprise et à chaque méthode de prospection utilisée. Au besoin, il sera nécessaire d'actualiser les connaissances au niveau des indicateurs de performance spécifiques aux canaux digitaux.</p> <p>(Cf. IV.- Ressources)</p> <p>Il convient d'insister sur l'importance majeure du suivi des opérations de prospection et sur le rôle majeur de la bonne transmission des insights et du partage efficient des effets d'expérience ? créés aux services concernés.</p>
--	---

II.- Compétences, savoirs associés et limites de savoirs

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoir
<p>1.- Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier les besoins d'informations - Identifier et évaluer les sources d'information - Rechercher et sélectionner l'information - Mettre à disposition l'information en interne - Enrichir le SIM (système d'information marketing) de l'entreprise 	<p>Veille</p> <p>Systeme d'Information Marketing (SIM)</p>	<p>Principes et enjeux de l'intelligence économique</p> <p>Domaines, outils et méthodes de veille</p> <p>Spécificités de la veille internationale</p> <p>Qualité de l'information</p> <p>Techniques de recherche d'informations</p> <p>Définition, utilité et composantes du SIM</p> <p>Organisation du SIM</p>

<p>2.- Analyser et synthétiser les informations sur un marché cible</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser les données sur un marché cible et déterminer les principales tendances - Repérer les opportunités, les contraintes et risques du marché cible - Synthétiser l'information 	<p>Enjeux internationaux</p> <p>Marché cible</p>	<p>Cartographie mondiale</p> <p>Grandes zones géopolitiques, économiques et leurs évolutions</p> <p>Conflits, opportunités et risques internationaux</p> <p>Enjeux environnementaux</p> <p>Environnement micro et macro d'un marché cible</p> <p>Composantes d'un marché en termes d'offre et de demande</p> <p>Circuits et réseaux de distribution</p> <p>Principales tendances du marché et statistiques descriptives</p>
<p>3.- Recenser et identifier des modalités de déploiement sur un marché cible</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repérer et comparer les possibilités de déploiement offertes sur le marché cible - Identifier les partenaires du déploiement - Mobiliser les organismes de soutien à l'export - Proposer une solution de déploiement adaptée 	<p>Stratégie d'internationalisation</p> <p>Politique de déploiement sur le marché cible</p> <p>Éléments d'appréciation d'un partenaire</p> <p>Réseaux de soutien au développement international des entreprises</p>	<p>Processus et stratégie de développement à l'international</p> <p>Critères de sélection des marchés</p> <p>Matrice de sélection des marchés</p> <p>Modalités de déploiement</p> <p>Critères de choix d'un mode de déploiement</p> <p>Indicateurs financiers, commerciaux, sociaux, environnementaux</p> <p>Critères de choix d'un partenaire</p> <p>Dispositifs d'appui</p> <p>Organismes de soutien</p>
<p>4.- Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise</p>	<p>Marketing et marketing international</p>	<p>Définition et enjeux de la démarche marketing</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Contribuer à l'étude de faisabilité - Proposer les adaptations de l'offre au marché cible 	<p>Étude de faisabilité et diagnostic export</p>	<p>Marketing stratégique et opérationnel</p> <p>Marketing digital</p> <p>Concept évolutif du marketing mix</p> <p>Définition et spécificités du marketing international</p> <p>Politique marketing à l'international</p> <p>Méthodologie de l'étude de faisabilité</p> <p>Contenu, finalités et méthodologie d'un diagnostic interne</p> <p>Contenu et finalités d'un diagnostic externe</p>
<p>5.- Participer à la prospection commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les dispositifs de soutien à la prospection - Identifier les cibles de prospection - Mettre en œuvre des actions de prospection - Évaluer et suivre les actions de prospection 	<p>Prospection à l'international</p>	<p>Démarche de prospection</p> <p>Actions de prospection</p> <p>Outils de prospection à l'international</p> <p>Budget et financement de la prospection</p> <p>Indicateurs de suivi et d'évaluation de la prospection</p>

III.- Didactique : un exemple de construction progressive des compétences sur le cycle de formation (1^{ère} et 2^e année)

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Compétences abordées en 1 ^{ère} année	Compétences abordées/approfondies en 2 ^e année
1. Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise - Identifier les besoins d'informations - Identifier et évaluer les sources d'information - Rechercher et sélectionner l'information - Mettre à disposition l'information en interne - Enrichir le SIM (système d'information marketing) de l'entreprise	Veille Système d'Information Marketing (SIM)	Principes et enjeux de l'intelligence économique Domaines, outils et méthodes de veille Spécificités de la veille internationale Qualité de l'information Techniques de recherche d'informations Définition, utilité et composantes du SIM Organisation du SIM	- Identifier les besoins d'informations - Identifier et évaluer les sources d'information - Rechercher et sélectionner l'information	- Mettre à disposition l'information en interne - Enrichir le SIM (système d'information marketing) de l'entreprise
2. Analyser et synthétiser les informations sur un marché cible - Analyser les données sur un marché cible et déterminer les principales tendances - Repérer les opportunités, les contraintes et risques du marché cible - Synthétiser l'information	Enjeux internationaux Marché cible	Cartographie mondiale Grandes zones géopolitiques, économiques et leurs évolutions Conflits, opportunités et risques internationaux Enjeux environnementaux Environnement micro et macro d'un marché cible Composantes d'un marché en termes d'offre Composantes d'un marché en termes de demande Circuits et réseaux de distribution	- Analyser les données sur un marché cible et déterminer les principales tendances - Repérer les opportunités, les contraintes et risques du marché cible - Synthétiser l'information (à aborder)	- Synthétiser l'information (compétence développée en seconde année)

		Principales tendances du marché et statistiques descriptives		
3. Recenser et identifier des modalités de déploiement sur un marché cible - Repérer et comparer les possibilités de déploiement offertes sur le marché cible - Identifier les partenaires du déploiement - Mobiliser les organismes de soutien à l'export - Proposer une solution de déploiement adaptée	Stratégie d'internationalisation Politique de déploiement sur le marché cible Éléments d'appréciation d'un partenaire Réseaux de soutien au développement international des entreprises	Processus et stratégie de développement à l'international Critères de sélection des marchés Matrice de sélection des marchés Modalités de déploiement Critères de choix d'un mode de déploiement Indicateurs financiers, commerciaux, sociaux, environnementaux Critères de choix d'un partenaire Dispositifs d'appui Organismes de soutien	- Mobiliser les organismes de soutien à l'export - Repérer et comparer les possibilités de déploiement offertes sur le marché cible	- Identifier les partenaires du déploiement - Proposer une solution de déploiement adaptée
4. Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise - Contribuer à l'étude de faisabilité - Proposer les adaptations de l'offre au marché cible	Marketing et marketing international Étude de faisabilité et diagnostic export	Définition et enjeux de la démarche marketing Marketing stratégique et opérationnel Marketing digital Concept évolutif du marketing mix Définition et spécificités du marketing international Politique marketing à l'international Méthodologie de l'étude de faisabilité Contenu, finalités et méthodologie d'un diagnostic interne Contenu et finalités d'un diagnostic externe	- Contribuer à l'étude de faisabilité	- Proposer les adaptations de l'offre au marché cible

5. Participer à la prospection commerciale - Mobiliser les dispositifs de soutien à la prospection - Identifier les cibles de prospection - Mettre en œuvre des actions de prospection - Évaluer et suivre les actions de prospection	Prospection à l'international	Démarche de prospection Actions de prospection Outils de prospection à l'international Budget et financement de la prospection Indicateurs de suivi et d'évaluation de la prospection	- Mobiliser les dispositifs de soutien à la prospection - Identifier les cibles de prospection (grandes catégories)	- Identifier les cibles de prospection (un ciblage plus fin) - Mettre en œuvre des actions de prospection - Évaluer et suivre les actions de prospection
--	-------------------------------	---	---	--

IV.- Ressources

IV.-1 : Ressources numériques (liste non exhaustive nécessitant une MAJ régulière)

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoir	Ressources / Outils web et digitaux (numériques) <i>En italique les offres soumises à abonnements</i>
Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise - identifier les besoins d'informations - Identifier et évaluer les sources d'information - Rechercher et sélectionner l'information - Mettre à disposition l'information en interne - Enrichir le SIM (système d'information marketing) de l'entreprise	Veille	Principes et enjeux de l'intelligence économique Domaines, outils et méthodes de veille Spécificités de la veille internationale Qualité de l'information Techniques de recherche d'informations	Outils numériques liés à la Veille / Curation Feedly (agrégateur) Scoop.it (agrégateur) Netvibes(agrégateur) Google alert (alerte e-mail sur mots-clés ou apparition de nouveau contenu) Pocket (permet de mettre en poche des articles pour les lire plus tard sans accès réseau) Réseaux Sociaux utiles pour la Veille : Twitter/LinkedIn (grâce aux requêtes booléennes) Mesure de la qualité de l'information : Factuel (outil de l'AFP) : https://factuel.afp.com/ <i>Autre (liés à des organismes de presse ; donc soumis à abonnements)</i> https://www.frenchweb.fr/fake-news-6-outils-pour-les-traquer/339248

			https://trends.google.fr/trends/?geo=FR (tendances des recherches web, plus tourné vers les analyses textuelles par secteur/produit, etc. Permet de voir le niveau d'intérêt des internautes pour une thématique ou une requête précise) NB : logique SEO
Recenser et identifier des modalités de déploiement sur un marché cible - Repérer et comparer les possibilités de déploiement offertes sur le marché cible - Identifier les partenaires du déploiement - Mobiliser les organismes de soutien à l'export - Proposer une solution de déploiement adaptée	Stratégie d'internationalisation Politique de déploiement sur le marché cible Éléments d'appréciation d'un partenaire Réseaux de soutien au développement international des entreprises	Processus et stratégie de développement à l'international Critères de sélection des marchés Matrice de sélection des marchés Modalités de déploiement Critères de choix d'un mode de déploiement Indicateurs financiers, commerciaux, sociaux, environnementaux Critères de choix d'un partenaire Dispositifs d'appui Organismes de soutien	Sites web des organismes « incontournables » (voir IV.-2) Notamment les fiches pratiques de « Business France » ou encore la documentation numérique proposée par « BPI France » et « Team France Export ».
Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise - Contribuer à l'étude de faisabilité - Proposer les adaptations de l'offre au marché cible	Marketing et marketing international Étude de faisabilité et diagnostic export	Définition et enjeux de la démarche marketing Marketing stratégique et opérationnel Marketing digital Concept évolutif du marketing mix Définition et spécificités du marketing international Politique marketing à l'international Méthodologie de l'étude de faisabilité Contenu, finalités et méthodologie d'un diagnostic interne Contenu et finalités d'un diagnostic externe	Marketing des Réseaux Sociaux : FB Twitter LinkedIn (aspect communication et/ou distribution) Buffer / Agora pulse (ces deux outils pour programmer les publications à l'avance, aspect communication)

<p>Participer à la prospection commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les dispositifs de soutien à la prospection - Identifier les cibles de prospection - Mettre en œuvre des actions de prospection - Évaluer et suivre les actions de prospection 	<p>Prospection à l'international</p>	<p>Démarche de prospection Actions de prospection Outils de prospection à l'international Budget et financement de la prospection</p> <p>Indicateurs de suivi et d'évaluation de la prospection</p>	<p>Outils de prospection digitale : https://www.prospectin.fr/linkleadgenerator (version gratuite pour prospecter sur LinkedIn) Twitter (via le réseau) et LinkedIn (via Sales Navigator)</p> <p>CRM pour la vente : Pipedrive (gestion de la prospection et de la vente), Hubspot (plus accès Inbound): https://www.hubspot.fr/pricing/crm</p> <p>Outils d' emailing : Mailchimp / Mail Jet / Sendingblue (peuvent être automatisés pour la prospection ou pour l'Inbound)</p> <p>Indicateurs de performance de la prospection digitale : CPC (coût par clic) CPA (Coût par acquisition : lead, clients, demande de devis...), Taux de conversion (nombre de conversions / total de visiteurs) en fonction des objectifs de l'entreprise et donc des contextes Taux de clic (nombre de clics / nombre d'impressions) https://vaka.fr/marketing-digital-6-outils-et-leurs-indicateurs-de-performance-essentiels/</p>
---	--------------------------------------	--	---

IV.-2 Organismes incontournables (liste non exhaustive)

Institutions nationales :

- Business France : <https://www.businessfrance.fr/>
- Team France Export : <https://www.teamfrance-export.fr/>
- Direction générale des douanes et droits indirects : <https://www.douane.gouv.fr/>
- Ministère de l'Europe et des affaires étrangères : <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>
- Bpifrance : <https://www.bpifrance.fr/>
- Ministère de l'économie, des finances et de la relance : <https://www.economie.gouv.fr/>
- CCEF (Conseillers du Commerce Extérieur de la France) : <https://www.cncef.org/>

Institutions internationales :

- OMC : <https://www.wto.org/indexfr.htm> (en français), <https://www.wto.org/> (en anglais)
- FMI : <https://www.imf.org/external/french/index.htm>
- OCDE : <https://www.oecd.org/fr/>
- La banque mondiale : <https://www.banquemondiale.org/>

Institutions européennes :

- Union européenne : https://europa.eu/european-union/index_fr
 - Pages sur le commerce extérieur de l'UE : https://lex.europa.eu/summary/chapter/external_trade.html?locale=fr&root_default=SUM_1_CODED%3D07
- Banque centrale européenne : <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>

Entreprises privées :

- Les assureurs-crédit :
 - COFACE : <https://www.coface.fr/>
 - Euler-Hermès : <https://www.eulerhermes.fr/>
- Le service « international » des banques privées

Think tank :

- IRIS (Institut de relations internationales et stratégiques) <https://www.iris-france.org/>
- La fabrique de l'exportation : <https://www.fabrique-exportation.fr/>
- CERI (Centre de recherches internationales) : <http://www.sciencespo.fr/ceri/>

La presse spécialisée :

- Le MOCI (magazine « papier » et/ou numérique) : <https://www.lemoci.com/>
- Classe export (magazine « papier » et/ou numérique) : <https://classe-export.com/>
- Courrier international (magazine « papier » et/ou numérique) : <https://www.courrierinternational.com/>

Et la revue des CCE, Entreprendre à l'international
<https://www.revuedescce.fr/inscription-etudiants/>

Annexes

Annexe I

Bloc 1 : Développer la relation commerciale dans un environnement interculturel

I.- La construction des compétences du bloc 1 à partir d'une mise en situation mutualisée avec le bloc 2 - cas SODITRANS (cf. Annexe II.2)

Mise en situation SODITRANS utilisée dans le bloc 2 – Extrait (Activités 1 et 2).

L'entreprise SODITRANS, installée à Troyes (Aube), est le premier fabricant français d'éléments de transmission (chaînes et pignons) utilisées pour la fabrication de chariots élévateurs, d'escaliers mécaniques, de machines de convoyage de charges (tapis roulants). Elle propose une gamme complète de produits standards ou « sur mesure », parfaitement adaptée à l'ensemble des besoins de sa clientèle composée exclusivement de professionnels de différents secteurs industriels (agroalimentaire, BTP, cimenteries, papeteries, etc.) dont quelques grands noms de l'industrie : Airbus, EDF, Mercedes, Renault...

Sa réussite repose essentiellement sur une politique de qualité et d'innovation volontariste : (premier chaînier au monde certifié ISO 9001, l'entreprise SODITRANS consacre 2 % de son chiffre d'affaires à la recherche et au développement de nouveaux produits) et une politique commerciale tournée vers l'international : 40 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'export vers 90 pays et une présence à l'étranger à travers un vaste réseau de 240 distributeurs et agents (200 en Europe et 40 hors Europe essentiellement en Afrique, au Moyen Orient et en Amérique latine).

L'entreprise SODITRANS exerce à la fois une activité de fabrication sur le site industriel de Troyes, et de négoce. Pour son activité de fabrication, l'entreprise SODITRANS a besoin de composants spécifiques (rouleaux) qu'elle achète auprès de fournisseurs majoritairement asiatiques. Pour son activité de négoce, elle achète régulièrement des éléments de transmission (chaînes et pignons) destinés à être revendus à ses clients français et étrangers. Conformément à sa politique qualité, l'ensemble de ses approvisionnements fait l'objet d'un contrôle de qualité assuré par des organismes indépendants de contrôle, type SGS, Veritas... L'équilibre de sa trésorerie repose sur une facturation clients au comptant et sur des délais de paiement fournisseurs négociés à trente jours date de livraison ou d'expédition, ce qui lui permet aussi de réceptionner et de contrôler la marchandise avant règlement.

Le Service Achats passe habituellement commande auprès d'un fournisseur chinois situé à Qingdao (*conditions en annexe 3*). Le taux de produits défectueux est trop élevé et SODITRANS a décidé de tester un nouveau fournisseur indien.

Vous effectuez un premier stage à la Direction Supply Chain de l'entreprise SODITRANS. On vous confie différentes missions.

Missions à conduire dans le cadre du co-enseignement :

1. Réaliser une **présentation commerciale synthétique en anglais** de l'entreprise SODITRANS et de ses objectifs permettant d'accompagner la demande d'offre à un nouveau fournisseur indien.
2. **Élaborer la demande** d'offre en anglais.
3. **Préparer le courriel** de demande d'offre.

Pour une entrée par les compétences, il est intéressant de montrer aux étudiants quelles sont les compétences qui seront développées ou même de leur demander de les rechercher dans le bloc 1.

Attendus :

- 1. Concevoir une présentation commerciale synthétique en anglais de l'entreprise Soditrans et de ses objectifs permettant d'accompagner la demande d'offre à un nouveau fournisseur indien**

Tout support numérique de présentation numérique sera accepté (étant donné que la présentation sera adressée au fournisseur en PJ, la version numérique est impérative) : création d'une PréAO, infographie, plaquette de présentation numérique, site web, vidéo de présentation, etc.

Les critères de réussite peuvent être les suivants :

Sur le fond	Sur la forme
Nom de l'entreprise	<i>Langue utilisée : anglais</i>
Contact (mail, téléphone, ...)	<i>Qualité de la langue</i>
Présentation synthétique de l'entreprise (nationalité, secteur d'activités...)	<i>Lisibilité</i>
Mise en valeur des atouts de l'entreprise	<i>Format universel type PDF</i>
Objectifs clairement établis (quantité, référence, qualité et spécifications techniques ...)	<i>Taille réduite pour permettre envoi (inférieure à 200MO, compression du fichier si nécessaire)</i>
Adaptation interculturelle (prise en compte de la culture du pays, des pratiques commerciales...)	<i>Attractivité</i>

- 2. Élaborer la demande d'offre en anglais**

La demande d'offre doit contenir :

- *Nom de l'acheteur*
- *Coordonnées de l'acheteur*
- *Date*
- *Conditions de paiement (devise, délai)*
- *Conditions de transport (mode de transport, incoterm, délai, conditionnement)*
- *Éventuellement, une promesse d'achat ultérieure*

- 3. Préparer le courriel de demande d'offre**

Les critères de réussite peuvent être les suivants :

Sur le fond	Sur la forme
--------------------	---------------------

<i>Clarté du courriel (absence d'ambiguïté sur la formulation de la demande d'offre)</i>	<i>Choix du destinataire (le responsable hiérarchique de l'assistant peut-être mis en copie)</i>
<i>Présentation de l'expéditeur du mail (a minima dans la signature)</i>	<i>Rédaction d'un objet pertinent</i>
<i>Mise en valeur de Soditrans (capacité à payer dans les délais, solidité de l'entreprise qui pourrait devenir un client stable du fournisseur indien...)</i>	<i>Respect de la structure d'un courriel (salutations, introduction, conclusion, formule de politesse, signature)</i>
	<i>Qualité de la langue</i>
	<i>Présence de la présentation en PJ ou en lien hypertexte</i>

Suite à sa demande d'offre pour un ensemble de chaînes et rouleaux à TPV India, le service achat a reçu, le 20 janvier 2020, une facture proforma (*annexe 1*) pour plusieurs milliers d'articles de ce type.

Le Service Achats a accepté la proposition du fournisseur TPV India et confirmé la commande le 20 mars 2020. Cette marchandise sera contrôlée avant embarquement et expédiée par voie maritime du port de Chennai jusqu'à l'usine de Troyes, via Le Havre où elle sera dédouanée (*annexe 2*).

La compagnie maritime chargée d'assurer le transport entre Chennai et Le Havre a établi le 9 avril le connaissement maritime concernant cette commande (*annexe 4*).

L'arrivée au Havre de celle-ci est prévue le 11 mai. L'arrivée effective est constatée le 21 mai. Le post-acheminement, le délai de dédouanement et la mise en entrepôt à l'arrivée nécessitent 4 jours.

Dans le cadre du suivi de cette commande, le responsable des achats vous demande, **à partir du dossier TPV India et de l'étude des fiches ressources**, de :

En RCI co-enseignement

1. Préparer un courriel de confirmation de commande en anglais.
2. Négocier avec le fournisseur le report de l'échéance de paiement compte tenu du retard de réception de la marchandise (→ sous forme de simulations, jeux de rôles)

En RCI français :

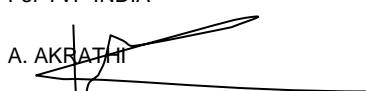
3. Réaliser un entretien téléphonique avec le transitaire concernant le retard de livraison (jeu de rôle dans plusieurs situations : appel du transitaire pour annoncer le retard, appel du client pour s'informer de la date effective de livraison).
4. Évaluer les conséquences sur la trésorerie du retard de livraison et préparer une argumentation pour obtenir un report d'échéance de paiement

Fiches ressources (supports pour les étudiants : à communiquer ou les amener à faire des recherches)

1. La convention internationale de Bruxelles (extraits)
 - les fonctions du connaissement maritime
 - la responsabilité du transporteur
2. Les procédures douanières
 - les procédures de droit commun et les procédures simplifiées

- le dédouanement à domicile
 - le dédouanement centralisé
3. Les régimes douaniers
 - les régimes communs
 - les régimes particuliers
 4. Plan de trésorerie
 5. Tutoriels EXCEL (par exemple : <https://www.youtube.com/hashtag/formationexcel>)

Annexe 1 : Facture pro forma de TVP INDIA – Proforma Invoice

EXPORTER TVP INDIA Taj Mahal Avenue, Chennai - 600 053, INDIA		DATE 19 jan-2020	EXPORTER'S REF I.E Code: 0508910233		
CONSIGNEE SODITRANS 115 Avenue du général Patton F-10000 TROYES France		OFFER NO: 51618133-			
		BUYER (if other than consignee) :			
		COUNTRY OF ORIGIN OF GOODS	COUNTRY OF ORIGIN OF FINAL DESTINATION		
		INDIA	France		
PRE-CARRIAGE BY LORRY	PLACE OF RECEIPT BY PRE-CARRIER	TERMS OF DELIVERY AND PAYMENT Delivery time: 8 days Shipping: FCA Chennai Payment: SWIFT TRANSFER 40 DAYS FROM THE DATE OF B/L TO BE MADE THROUGH ICICI BANK LTD, CHENNAI, INDIA			
VESSEL/FLIGHT N°	PORT OF LOADING CHENNAI, INDIA				
PORT OF DISCHARGE LE HAVRE, France	FINAL DESTINATION LE HAVRE, France				
MARKS & NOS/ CONTAINER NO	NO & KIND OF PKS	DESCRIPTION OF GOODS	QUANTITY <i>Number</i>	RATE <i>USD</i>	AMOUNT <i>USD</i>
BMOU 223977-9	24 CASES CHAINS & SPARES (1 x 20 FCL)	ROLLER ASA 98 08 C ROLLER ASA 1788/15 SOLID ROLLER AISI BF 6 25 LEAF CHAIN 40 MTR BF 6 33 LEAF CHAIN 50 MTR	18 000 35 000 39 500 2 16	0,30 0,57 0,35 414,26 255,37	5 400,00 19 950,00 13 825,00 828,52 4 085,92
		TOTAL QUANTITY	92 518		
AMOUNT CHARGEABLE Euro forty-four thousand eighty nine and forty-five cents only Net weight: 12 560 kg Gross weight: 13 320 kg			TOTAL		44 089,44
			For TVP INDIA A. AKRATHI  Sr Officer Distribution & Logistics		

Annexe 2 - Informations douanières pour les produits importés d'Inde



Extrait du **Référentiel Intégré Tarifaire Automatisé (RITA)**

Nomenclature douanière	Marchandises	Type	Origine	Droit de douane	TVA normale
73 15 19 00 00	Parties de chaînes à maillons articulés	200 – taux de droit SPG sans conditions, ni limites	Inde (IN)	0 %	20 %
73 15 11 90 00	Chaînes à rouleaux	200 – taux de droit SPG sans conditions, ni limites	Inde (IN)	0 %	20 %

Annexe 3 - Conditions habituelles d'achat auprès du fournisseur chinois

- Facturation en USD avec délai de paiement à 30 jours date d'expédition.
- Délai de livraison 15 jours à partir de la commande.
- Marchandises conteneurisées en groupage.
- Inspection à l'arrivée au Havre à la charge de l'importateur.
- « Incoterm » FCA Qingdao.

Annexe 4 - Connaissance maritime pour le transport de la marchandise

BILL OF LADING		Number MCHE0412106097	
Consignor / Shipper TVP INDIA Taj Mahal Avenue,		Shipment reference No.	
		 M+R Logistics (India) Private Ltd. (Formerly known as PL SHIPPING & LOGISTICS PVT. LTD.) 56/57, 3rd Floor, Rajaji Salai, Chennai - 600 001. Tel. : +91 - 44 - 3988 1515 Fax : +91 - 44 - 3077 1410 Reg. No. : MTO / DGS / 307 / 2003	
Consignee (or Order) TO ORDER		Taken in charge in accordance with the provisions of the bill of lading and delivery receipt for the goods in witness whereof the signature and date have been signed in the number indicated below one of which being accomplished the other(s) to be void. Modes / means of transport: WAN HAI 262 997 Route / Place of transshipment (if any):	
Notify address: SODITRANS 115 avenue du			
Date of Acceptance:		place of receipt for goods as stated. The MTD undertakes to transport from the place designated for	
Port of Discharge: LE HAVRE Place of Delivery: LE HAVRE, FRANCE Date of Period of delivery:		One of the MTD(s) in exchange for the goods in witness whereof the signature and date have been signed in the number indicated below one of which being accomplished the other(s) to be void.	
Container No(s): BMOU2239779/20GP/0256952		Marks and Numbers: LE HAVRE Number of packages, kinds of Packages, general description of goods: 24 CASES CHAINS & SPARES INV.NO: 51618133 DT:26.03.2012 SB.NO:8222982 DT:28.03.2012 FCL/FCL FREIGHT COLLECT	
Gross Weight: 13320.000 KGS Measurement:		SAID TO CONTAIN SAID TO WEIGHT / MEASURE Gross Weight Net Weight 12560.000 KGS	
SHIPPED ON BOARD For M+R Logistics (India) DATE : 9th APRIL 2020			
Particulars above furnished by Consignee / Consignor			
Freight Amount: To-Collect	Freight Payable at: Destination	Number of Original MTD(s): 3 (THREE ONLY)	Place and date of Issue: CHENNAI 09/04/2012
for Delivery Contact : <div style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold;">ORIGINAL</div>		for M+R LOGISTICS (INDIA) PVT. LTD. <div style="text-align: center;">  Authorised Signatory </div>	

9th APRIL 2020

Attendus :

En co-enseignement

1. Préparer le courriel de confirmation de commande en anglais

Les critères de réussite peuvent être les suivants :

Sur le fond	Sur la forme
Clarté du courriel (absence d'ambiguïté sur la confirmation de la commande)	Choix du destinataire (le responsable hiérarchique de l'assistant peut-être mis en copie)
Présentation de l'expéditeur du mail (a minima dans la signature)	Rédaction d'un objet pertinent
	Respect de la structure d'un courriel (salutations, introduction, corps du courriel, conclusion, formule de politesse, signature)
	Qualité de la langue

2. Négocier avec le fournisseur concernant le report de l'échéance de paiement compte tenu du retard de réception de la marchandise

Préparation de la négociation :

- Préparation des supports de la négociation : commande, historique des courriels échangés, preuve du retard de livraison
- Préparation des arguments en anglais et traitement des objections
- Préparation de l'échange téléphonique : support de prise de notes, ...

Exemple de grille d'évaluation possible pour la simulation de la négociation

Compétences	Niveau de compétences ²	Commentaires
Communication non verbale		
sourire accueillant		
voix claire, audible sans effort		

² NA = compétence non atteinte ; ECA = compétence en cours d'acquisition ; A= compétence acquise

débit de la voix compréhensible		
ton assuré, confiant		
écoute active		
Communication verbale		
Salutations professionnelles		
Présentation de l'interlocuteur : - nom et prénom - nom de la société - fonction		
Vérifie l'identité de l'interlocuteur		
Présente la situation (retard de livraison)		
Expose clairement la demande de délai supplémentaire pour le paiement		
Sélectionne et personnalise les arguments		
Capacité à convaincre son interlocuteur		
S'assure de l'adhésion de l'interlocuteur à la solution convenue		
Conclut en restant professionnel quelle que soit l'issue		

Skills	the level reached			Comments
	achieved	learning	Not mastered	
non verbal communication				
Confident attitude / approach				
Confident gaze				
Welcoming smile				
Respect proxemics				
Easily audible and clear voice				
Understandable speech/ normal speed				
Can stand out from notes				
verbal communication				
Professional greetings				
Introduce him/herself : <ul style="list-style-type: none"> • name • name of the firm • position 				
Check the name of his/her discussion partner				
Sum-up the situation				
Make a clear offer underlining the needs (postponement of the payment due date)				
Select and personalise the arguments				
Ability to convince				
Control acceptance				
Conclude (being polite what ever the result of the conversation)				

En français :

3. Réaliser l'entretien téléphonique avec le transitaire concernant le retard de livraison : jeu de rôle dans les deux situations : appel du transitaire pour annoncer le retard, appel du client pour s'informer de la date effective de livraison

4. Évaluer les conséquences sur la trésorerie du retard de livraison et préparer une argumentation pour obtenir un report d'échéance de paiement

L'idée est d'utiliser les fonctionnalités du tableur (gestionnaire de scénario notamment) pour simuler l'impact du retard de livraison sur la trésorerie <https://www.youtube.com/hashtag/formationexcelom/watch?v=Qvravzc3psM&list=UUk8mTJ3mxP9En1hAVut32w&index=58>

Préparation de l'argumentation :

- *Sélection des arguments pertinents*
- *Personnalisation des arguments par rapport à la situation dans l'entreprise*

M.e.s. SODITRANS utilisée dans le bloc 2 - extraits

Le 11/01/2020, l'agent commercial de SODITRANS, chargé du Maghreb, a transmis au service export une demande d'offre d'un prospect, l'entreprise GEDAID, située en zone industrielle de El Hadjar (Algérie), pour un ensemble de chaînes. Afin d'établir une offre CPT Port d'Annaba, selon les souhaits de ce client, vous avez obtenu du service logistique les informations techniques et les modalités de l'expédition (*annexes 5 et 6*) ; vous contactez ensuite la SNCM, votre transitaire habituel sur le Maghreb, en lui demandant, pour l'expédition concernée, une double cotation en LCL et FCL (*annexe 7*).

Exploitation en RCI :

Le responsable du service export vous demande de l'assister dans le traitement de cette demande et le suivi de l'opération. Pour cela, vous devez, **à partir des annexes et des fiches ressources** :

1. Élaborer en français la demande de cotation aux transitaires et la communiquer.
2. En supposant qu'une ou des informations nécessaires à l'élaboration de la cotation sont manquantes (colisage inconnu, origine de la marchandise), conduire un entretien téléphonique en français pour obtenir les précisions nécessaires.
3. Simuler l'entretien du transitaire avec son client concernant la proposition d'une assurance transport.
4. Présenter une note synthétique à destination du responsable import sur les avantages des procédures de dédouanement à domicile.
5. Présenter une note synthétique à destination responsable import sur les avantages du recours à un régime d'entrepôt douanier.

Fiche ressource :

L'assurance « Ad Valorem »

- justification de l'assurance (limites de responsabilité du transporteur)
- complément d'indemnisation
- procédure d'indemnisation

Annexe 5 : Étude du service logistique : expédition de la commande GEDAID à El Hadjar en LCL

Code produit	Désignation	Quantité	PU net HT EUR
CA1NO8B000	Chaîne pas 12.7 simple 08B1	480	21,40
CA1N16B000	Chaîne pas 25.4 simple 16B1	480	39,70
CA1N24B000	Chaîne pas 38.1 simple 24B1	120	123,80

Les marchandises sont emballées dans 12 « caisses palettes » en bois de dimensions 120 x 80 x 60 cm, facturées au prix unitaire de 32 EUR.

Les « caisses palettes » sont gerbables.

Le poids brut de l'expédition est de 7 727 kg.



« Caisse palette » en bois (120 x 80 x 60 cm)

Source : www.webmarchand.com

Annexe 6 : Caractéristiques d'un conteneur 20 pieds Standard

Dimensions intérieures en m :

- longueur : 5,867
- largeur : 2,33
- hauteur : 2,35

Charge utile : 21 tonnes

Volume utile : 30 m³

Nombre de « caisses palettes » chargées au plancher dans le conteneur : 11

Annexe 7 : Courriel reçu de la SNCM le 13/01/2020

Veillez trouver ci-joint notre offre tarifaire pour votre expédition CPT Annaba :

1. Expédition en LCL jusqu'à CPT Annaba :

- fret de base : 425 EUR
- surcharge BAF : + 5 %
- surcharge CAF : + 2 % sur fret de base
- pré-acheminement Troyes-Marseille : 1 025 EUR
- frais de connaissance (B/L) : 25 EUR
- charge ISPS : 15 EUR
- THC à Marseille : 400 EUR

2. Expédition en FCL jusqu'à CPT Annaba :

- empotage : 60 EUR
- positionnement et traction du plein Troyes-Marseille : 745 EUR
- location du conteneur : 390 EUR
- forfait à la boîte (all-in) : 1 200 EUR
- forfait THC à Marseille : 450 EUR
- frais de connaissance (B/L) : 25 EUR
- charge ISPS : 15 EUR

Départ hebdomadaire

Transit time : 2 jours

Validité : 30 mai 2020

1. communiquer la demande de cotation en français

Informations à communiquer au transitaire (vu en MOI)

- *objet de l'expédition :* exportation de chaînes en Algérie dans 12 caisses palettes en bois:
120 x 80 x 60 cm
poids : 7 727 kg
- *lieu d'enlèvement :* usine à Troyes
- *modalités d'expédition :* groupage en LCL
- *lieu de destination :* port d'Annaba
- *Incoterm :* CPT Annaba
- *coordonnées du destinataire :* entreprise GEDA, ZI El Hadjar (Algérie)
- *mode de transport :* transport maritime depuis Port de Marseille
- *mode de paiement :* crédit documentaire irrévocable et confirmé

Mobilisation en RCI :

Les critères de réussite peuvent être les suivants :

Sur le fond	Sur la forme
Clarté du courriel (absence d'ambiguïté sur la demande de cotation)	Choix du destinataire (le responsable hiérarchique de l'assistant peut-être mis en copie)
Présentation de l'expéditeur du mail (a minima dans la signature)	Rédaction d'un objet pertinent
Présence des informations suivantes : exportation de chaînes en Algérie dans 12 caisses palettes en bois: 120 x 80 x 60 cm poids : 7 727 kg usine à Troyes groupage en LCL port d'Annaba CPT Annaba entreprise GEDA, ZI El Hadjar (Algérie) transport maritime depuis Port de Marseille crédit documentaire irrévocable et confirmé	Respect de la structure d'un courriel (salutations, introduction, corps du courriel, conclusion, formule de politesse, signature)
	Qualité de la langue

2. En supposant qu'une ou des informations nécessaires à l'élaboration de la cotation sont manquantes (colisage inconnu, origine de la marchandise), conduire un entretien téléphonique en français pour obtenir les précisions nécessaires.

Exemple de grille d'évaluation possible pour la simulation de la négociation :

Compétences	Niveau de compétences ³	Commentaires
Communication non verbale		
sourire accueillant		
voix claire, audible sans effort		
débit de la voix compréhensible		
ton assuré, confiant		
écoute active		
Communication verbale		
Salutations professionnelles		
Présentation de l'interlocuteur : - nom et prénom - nom de la société - fonction		
Vérifie l'identité de l'interlocuteur		
Présente la situation (manque une information pour une demande de cotation)		
Prend en note les informations manquantes		
Vérifie les informations récoltées auprès de son interlocuteur		
Conclut l'entretien téléphonique de façon professionnelle		

³ **NA** : compétence non atteinte ; **ECA** : compétence en cours d'acquisition ; **A** : compétence acquise.

3. Arguments en faveur de l'assurance transport :

- *risques importants en transport maritime : manutentions portuaires au port d'arrivée, insécurité sur les zones portuaires, risque de vol....*
- *valeur de la marchandise non couverte en cas de sinistre (indemnisation par le transporteur sur la base des conventions internationales, cas d'exonération de responsabilité du transporteur)*
- *gestion du dossier d'assurance facilitée et délai de remboursement rapides*
- *première relation d'affaire, donc volonté de mettre en confiance l'acheteur*

4. Procédures de dédouanement à domicile et procédure simplifiée sur convention avec les douanes et déclarations à l'aide du système Delta.

- *pas de passage par le bureau de douane ;*
- *réalisation des opérations de dédouanement dans les locaux de l'entreprise ;*
- *autorisation à l'importation de procéder au déchargement 24 h sur 24;*
- *possibilité de bénéficier d'un crédit d'enlèvement à l'import ;*
- *accélération des délais de mise à disposition de la marchandise.*

5. Régime de l'entrepôt douanier à l'importation :

- *avantage en termes de trésorerie : suspension des droits et des taxes durant toute la durée du stockage, paiement au fur et à mesure des sorties d'entrepôt ;*
- *durée illimitée de l'entreposage ;*
- *SODITRANS pourra, dans le cadre de son activité de revente (chaînes), réexporter ou mettre à la consommation les marchandises sur le marché intérieur*
- *possibilité d'utiliser des entrepôts privés pour l'entreposage.*

Les contenus sont directement issus des réponses formulées en MOI. Leur communication relève de RCI.

Annexe II

Bloc 2 – Mettre en œuvre des Opérations Internationales

I.- Deux mises en situation professionnelle pour débiter l'enseignement : Euristide (situations 1 et 2)

Vous trouverez ci-dessous une proposition de deux mises en situation qui permettent de débiter l'enseignement de MOI.

L'objectif est de mettre en perspective le cours de MOI : sa diversité, ses richesses et ses enjeux.

Ces mises en situation positionnent le sens et l'utilité de la MOI. Elles visent à illustrer la philosophie d'un travail par compétences. Elles délimitent volontairement le choix et le périmètre des savoirs associés et notions. Elles ne préfigurent pas les situations professionnelles sur lesquelles prendra appui l'épreuve de certification.

Elles mettent en œuvre les compétences :

1 - Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international

et

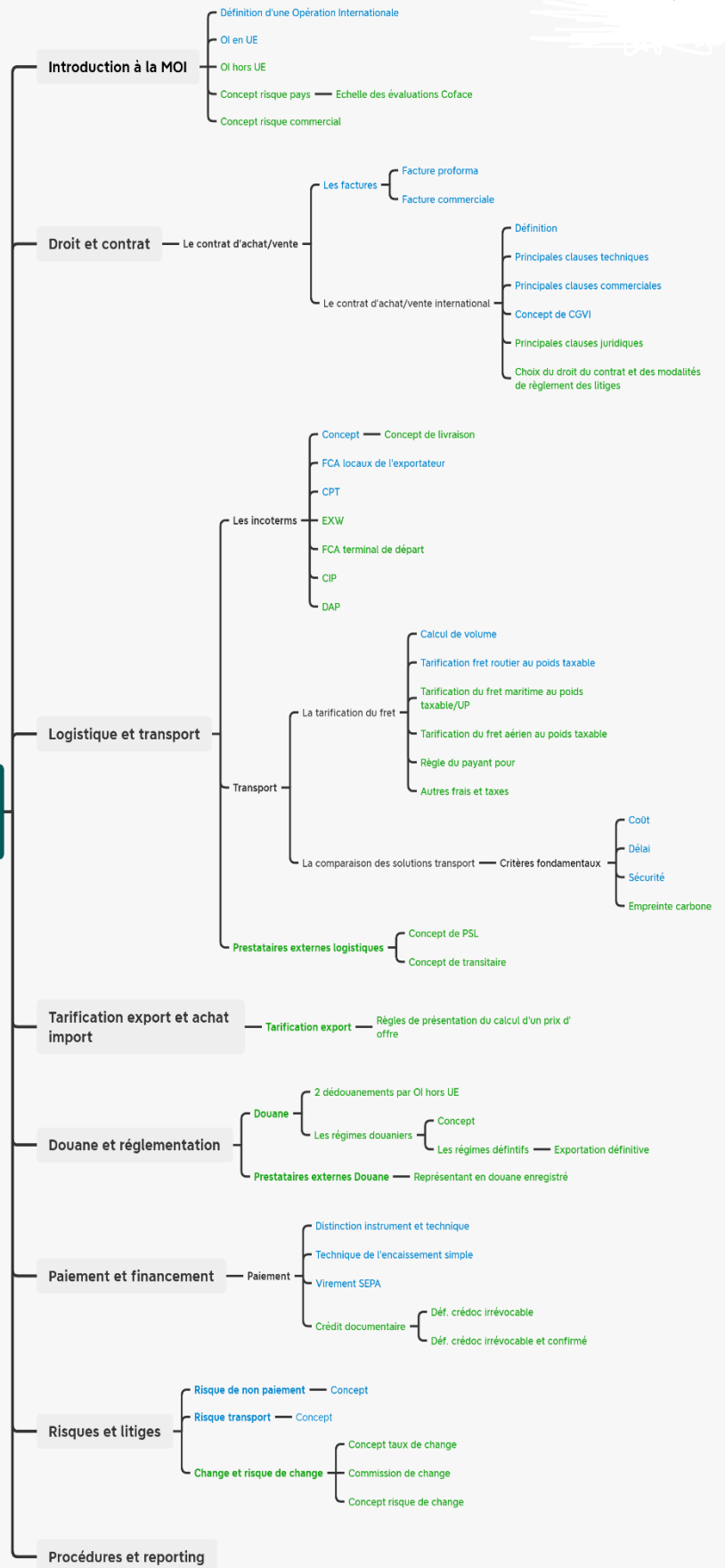
3 - Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges au niveau découverte.

Une carte heuristique balayant les savoirs et méthodologies associés aux compétences mises en œuvre à l'occasion du traitement des deux mises en situation pourra servir de point d'appui aux étudiants dans leur démarche de structuration des compétences et savoirs (ainsi que dans leur processus de révision).

**M.E.S Eurtistide 1 et 2 :
Savoirs et
méthodologies associés**

Savoirs associés à Eurtistide 1

Savoirs associés à Eurtistide 2



Les compétences énoncées pour chaque bloc se construisent progressivement, pas à pas, tout au long du cycle de formation pour, au final, s'exprimer pleinement à l'occasion des épreuves certificatives.

Les cas présentés dans cette partie (bloc 2) sont conçus pour une mise en œuvre en classe au début (Euristide) voire au cours de la première année (SODITRANS). Aussi, le questionnement utilisé dans ces mises en situation reflète le souci du formateur d'engager les étudiants dans une démarche de découverte, d'appropriation puis d'approfondissement. Dès lors ce questionnement reflète, tant sur le fond que sur la forme, les choix pédagogiques et didactiques du professeur. Ici, le questionnement est volontairement guidant, progressif.

L'épreuve certificative vise, quant à elle, à apprécier chez les candidats un niveau de compétences final, détenu au terme de la formation. L'objectif poursuivi est donc clairement différent de celui qui caractérise la construction des compétences en cours de formation. Le questionnement mobilisé dans les cas présentés n'est donc pas représentatif du questionnement spécifique qui serait utilisé lors de l'épreuve finale. Pour cette dernière, le questionnement aura une portée plus généraliste, moins guidante, pour permettre aux candidats de prouver leurs capacités d'analyse et de réflexion, leur aptitude à convoquer les savoirs pertinents, utiles au traitement d'une situation/problématique donnée.

Situation 1 : Euristide exporte dans l'UE

- **Objectif 1** : comprendre les enjeux de la Mise en œuvre des Opérations Internationales : découverte des conditions contractuelles commerciales et techniques d'une vente en UE, de ses risques et de l'environnement export des entreprises (i.e. les partenaires sollicités).
- **Objectif 2** : aborder les compétences 1 - Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international - (niveau 1 - découverte) et 3 - Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges - (niveau 1 - découverte)
- **Liens possibles avec la RCI** : Exploiter les données clients (collecter et enrichir la base de données) ; Assurer la coordination des services internes (communiquer au service Préparation des commandes les données relatives à la vente dans le respect des processus de gestion de l'entreprise) ; Communiquer en anglais avec le client en prenant en compte la dimension interculturelle (mail accompagnant l'offre définitive ; mail avertissant le client de l'expédition de la marchandise avec envoi de la facture commerciale et des données relatives au suivi du transport) ; Communiquer en français avec le prestataire de services logistique (appel téléphonique pour demander un cotation, réserver la date d'enlèvement...).
- **Liens possibles avec le DCI** : Réaliser une synthèse de l'environnement macro-économique de cette vente (en UE, en zone euro et plus précisément en Allemagne) ; Appréhender la démarche de prospection ; Participer au suivi de la mission export et à son évaluation à l'aide d'indicateurs fiables et pertinent.

1.1.- La situation : Saint-Euristide vend ses chaussettes à KaDeWe

L'entreprise Saint Euristide, située à Lyon, a été créée en janvier 2021. Elle fabrique et vend des chaussettes transparentes haut de gamme. Elle vise d'emblée un développement national et international, au sein de l'Union Européenne, dans un premier temps. Vous êtes assistant Administration des Ventes au sein de St Euristide et travaillez en étroite collaboration avec M. Lemarchand, chargé du développement commercial.

Lors de la 1^{ère} mission export qui s'est déroulée en Allemagne, M. Lemarchand a rencontré plusieurs prospects, dont Mme Feldman, directrice des achats du célèbre grand magasin berlinois KaDeWe. Lors de l'entretien qui s'est déroulé le 23/8/2021, M. Lemarchand a remis à Mme Feldman une proposition d'offre (cf. Annexe 1). Le 3/9/2021, Mme Feldman envoie un mail d'acceptation de l'offre à M. Lemarchand en demandant la modification de l'incoterm. Elle souhaite une livraison CPT Berlin. Ce qui est possible au regard de vos Conditions Générales de Vente Export. M. Lemarchand vous demande d'organiser la livraison de la marchandise et de détecter les risques liés à cette opération d'exportation.

A l'aide des annexes et des ressources, répondez aux questions suivantes.

Activité 1. À la découverte du contrat de vente export (cf. Annexe 1)

1. Quelles sont les parties au contrat ?
2. Quel est l'objet du contrat ?
3. Quelles sont les modalités de livraison ?
4. Quelles sont les modalités de paiement ?
5. Que devez-vous faire pour organiser la livraison ?
6. Quels sont les risques liés à cette opération ?

Activité 2 : Choix du transporteur pour organiser la livraison (cf. Annexe 2)

Vous avez contacté votre intermédiaire de transport habituel. Vous lui avez fourni les informations suivantes :

Date d'enlèvement souhaitée à Lyon : 01/10/2021

Livraison par transport routier à Berlin

Marchandises : chaussettes

Colisage : 5 cartons de 10 kg brut chacun – Dimension d'un carton : 0.4*0.4*0.3 m

Il vous propose deux solutions transport (annexe 2).

1. Comparer les deux solutions et choisissez la plus adaptée.
2. Rédiger la facture commerciale (cadre fourni).

Annexe 1 : Offre commerciale de Saint-Euristide/Facture proforma

Exportateur / Exporter Saint Euristide 3 rue des Lumières 69001 Lyon	N° facture proforma / Proforma Invoice N° 0029	Date proforma facture / Proforma Invoice date 23/08/2021
	Autres références / Other references	
	Acheteur / Buyer KaDeWe Tauentzienstraße 21–24 10789 Berlin	
Notifier à / Notify Mrs Feldman - KaDeWe	Banque du vendeur / Seller's bank BNP Paribas	

Tauentzienstraße 21–24 - 10789 Berlin		Pays d'origine / Country of origin France	N° guichet de banque Bank counter N° 67867		
Date de mise à disposition Date of disposal	Date d'expédition demandée Date of dispatch requested 21 jours à compter de la commande	Incoterm FCA Lyon			
Pré-transport par Pré-carriage by	Lieu de réception Place of receipt	Conditions de paiement Terms of payment Virement SEPA 30 j à compter de l'expédition	Monnaie de paiement Currency of payment EUR		
Identité moyen transport Transport ID Routier	Lieu de chargement Place of loading Lyon	IBAN : FR23 3645 5678 6787 8765 7865 123			
Lieu de déchargement Place of discharge Berlin	Lieu de destination Place of destination Berlin				
Nb suites articles Nb of cont. Sheets	Désignation des Description of goods	Poids net Kg Net Weight	Quantité Quantity	Prix unitaire Unit price	Montant Amount
	200 paires de chaussettes Collection Armand taille 39/41		200	10.59	2118
	50 paires de chaussettes Collection Armand taille 36/38		50	10.59	529.50
Emballage / Packing		Autres coûts Other costs	Assurance Insurance	Montant total/Total amount 2647.50	
Déductions / deductions				Total frais / Total charges	
				Total deduct/Total deduct.	
				Total à payer / Total to pay EUR 2647.50	
Clauses particulières – Visas Special informations – Visas Offre valable pendant 1 mois		Lieu d'établissement / Place of issue Berlin			
		Nom / Name M. Lemarchand			
		Signature / Signature XXXXXXXXXX			

Annexe 2 : Solutions transport

Solution 1 :

UPS Livraison Express : Délai de livraison garanti 24h
4.77 EUR par kg taxable

Solution 2 :

UPS Livraison en Messagerie : Délai variable de 24h à 48h00
2.44 EUR par kg taxable

Ressources notionnelles et méthodologiques :

Contrat de vente internationale : Convention par laquelle une entreprise, située dans un pays, s'engage à livrer et à garantir une marchandise conforme en qualité et quantité, ou à réaliser une prestation de service, en échange de son prix payé par une organisation ou un particulier situé dans un autre pays.

Ce contrat constitue pour le vendeur un contrat de vente et pour l'acheteur, un contrat d'achat. Il s'agit du même contrat.

Conditions Générales de Vente Internationale : Les Conditions Générales de Vente Internationale constituent un document écrit comportant un ensemble de clauses dont l'objet est d'encadrer les relations contractuelles d'un professionnel et de ses clients, professionnels ou particuliers, à qui il fournit des marchandises ou pour qui il exécute des prestations de service, à l'étranger. Les Conditions Générales de Vente Export (CGVE) (lorsqu'il s'agit de marchandises) ou les CGVI ont pour objectif d'informer les clients, avant toute transaction, des conditions de vente et de règlement que l'entreprise pratique. Elles permettent de définir la responsabilité de chacune des parties et de limiter les contentieux.

Facture pro forma : ce document commercial est un devis présenté sous forme de facture. Il présente donc l'offre/la proposition commerciale réalisée auprès d'un prospect. Cette offre est ferme, nominative et précise. Il est fortement recommandé que ce document ait une date limite de validité.

Facture commerciale : Document qui fait foi de la vente de marchandises ou de la prestation de service. La facture reprend tous les éléments de l'accord passé entre le vendeur et l'acheteur (principalement : les produits, conditions de livraison et de paiement).

Incoterm (INternational COMmercial TERM) : Terme qui précise les obligations du vendeur et de l'acheteur lors d'un contrat de vente de marchandises pour ce qui relève de la livraison. Les parties se répartissent l'organisation, les coûts et les risques liés au transport (+ emballage, opérations de manutention, dédouanements le cas échéant) de la marchandise. Les incoterms définissent donc les transferts de frais et de risques entre vendeur et acheteur pour ce qui concerne la livraison de la marchandise : chaque incoterm précise jusqu'où le vendeur organise (et paie) l'expédition et en assume les risques vis-à-vis de l'acheteur et à partir de quand l'acheteur la prend en charge et en assume les risques vis-à-vis du vendeur.

Les incoterms sont définis par la Chambre de Commerce Internationale (ICC : International Chamber of Commerce). Il est fortement recommandé de les utiliser afin de faciliter la négociation entre les parties.

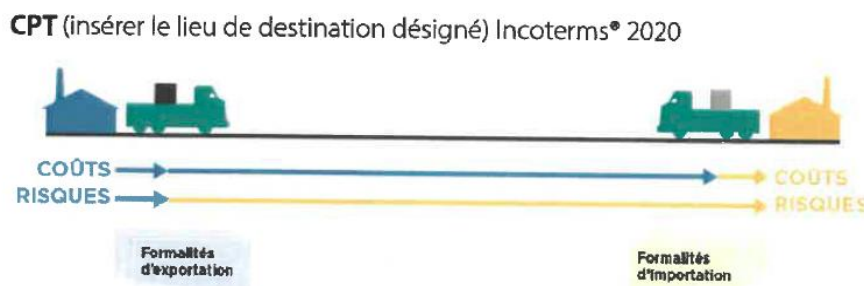
FCA (FREE CARRIER) locaux de l'exportateur : Incoterm multimodal : lorsque le lieu désigné est celui des locaux du vendeur, les marchandises sont livrées par le vendeur à l'acheteur lorsqu'elles sont chargées sur le moyen de transport mis en place par l'acheteur. Le vendeur doit dédouaner la marchandise à l'export, le cas échéant.



Bleu : obligations du vendeur

Jaune : obligations de l'acheteur

CPT (CARRIAGE PAID TO) : Incoterm multimodal : Le vendeur doit dédouaner la marchandise à l'export le cas échéant et, organiser et payer le transport principal jusqu'au point de destination convenu. Le lieu de livraison (transfert de risques) reste le même qu'en FCA.



(ICC 2020)

Virement : Il permet de transférer des sommes directement de compte à compte, sans passer par un moyen de paiement (carte bancaire, chèque, etc.). La personne physique ou morale qui demande l'émission du virement est dénommée le donneur d'ordre, celle qui reçoit l'argent, le bénéficiaire. Mode de paiement rapide, sûr techniquement et peu coûteux, mais qui reste à l'initiative du débiteur.

SEPA (Single Euro Payments Area) : Espace unique de paiement en euros qui vise à simplifier les virements bancaires. La zone SEPA comprend les États membres de l'Union Européenne (UE), les quatre États membres de l'AELE (Association européenne de libre-échange composée de l'Islande, du Liechtenstein, de la Norvège et de la Suisse), Monaco et Saint-Marin.

Le **virement SEPA** est effectué en euro, même s'il est destiné à un compte bancaire tenu dans une autre devise. C'est la banque qui s'occupe de faire la conversion de l'euro à la monnaie concernée. Cette opération peut engendrer des commissions (frais) de change.

Conversion m/dm/cm/mm :

→ L'unité de mesure de longueurs est le mètre (m).

Multiples du mètre			mètre	Sous-multiples du mètre		
kilomètre	hectomètre	décamètre		décimètre	centimètre	millimètre
km	hm	dam	m	dm	cm	mm
7	0	0	0	5	2	

1 km = 10 hm = 100 dam = 1 000 m

Exemples : 7 km = 7 000 m

1 m = 10 dm = 100 cm = 1 000 mm

4,52 m = 45,2 dm = 452 cm = 4 520 mm

Calcul de volume : Longueur * largeur * hauteur

Avant de les multiplier, les trois dimensions doivent être converties dans la même mesure.

Le résultat est exprimé en cubes (dm³, m³...).

Poids taxable en transport routier :

Le poids taxable est le poids à déterminer pour calculer le prix du transport lorsque ce dernier est fourni au poids (ex : 3 EUR le kg).

En transport routier, le poids taxable est égal au plus grand résultat entre le poids brut de la marchandise à transporter exprimé en kg et son volume en dm³ divisé par 3.

Règle d'équivalence : 1 kg taxable = 1 kg réel = 3 dm³ en routier

Exemple pour une marchandise de 100 kg représentant un volume de 900 dm³ :

	kg taxable au poids	kg taxable au volume	kg taxable tarifé
Routier	100 kg	900/3 = 300 kg taxables	300 kg taxables

1.2.- Éléments de corrigé

Activité 1. À la découverte du contrat de vente export (Annexe 1)

1. Qui sont les parties au contrat ?

Vendeur/Fournisseur/Exportateur : Saint-Euristide

Acheteur/Client/Importateur KaDeWe

2. Quel est l'objet du contrat ?

Saint-Euristide vend 200 paires de chaussettes Collection Armand taille 39/41 et 50 paires de chaussettes Collection Armand taille 36/38 à KaDeWe pour 2647,50 EUR (+ prix du transport, car vente CPT).

3. Quelles sont les modalités de livraison ?

Incoterm CPT : Saint-Euristide doit organiser le transport des marchandises jusqu'à Berlin. Il n'assume pas les risques de transport. La marchandise sera enlevée par un transporteur le 01/10/2021.

4. Quelles sont les modalités de paiement ?

KadeWe doit payer 30 jours après l'expédition soit le 31/10/2021 par virement SEPA en EUR.

5. Que devez-vous faire pour organiser la livraison ?

En interne, il convient de contacter le service qui prépare les commandes et lui demander que les marchandises souhaitées soient produites, contrôlées et emballées pour le 30/09/2021.

En externe, il convient de trouver un transporteur/un intermédiaire de transport pour que la marchandise soit acheminée jusqu'à Berlin. Départ le 01/10/2021, à moins que Saint-Euristide ait ses propres camions.

6. Quels sont les risques liés à cette opération ? Expliquez-les.

Risque de non-paiement d'une grande entreprise connue située dans un pays peu risqué.

Il pourrait être pertinent de s'informer sur la fiabilité et la solvabilité du client, car il est inconnu de Saint-Euristide.

Vente en EUR : Aucun risque de change

St Euristide doit organiser la livraison jusque chez le client, mais n'assume pas les risques de transport. (St Euristide devra donc avancer les frais liés au transport, en attendant le paiement du client, mais il ne pourra pas être tenu pour responsable d'éventuels avarie ou retard durant le transport de la marchandise).

L'initiative du paiement reste à l'acheteur, et il paiera 51 jours (30+21) à compter de la commande. Au-delà du risque de non-paiement, cela peut éventuellement occasionner des difficultés de trésorerie pour St Euristide.

Activité 2 : Choix du transporteur pour organiser la livraison (cf. Annexe 2)

1. Comparez les deux solutions et choisissez la plus adaptée.

Poids réel : $5 \times 10 = 50$ kg

Volume : $5 \times (4 \times 4 \times 3) = 240$ dm³

Volume/3 = $240/3 = 80$

$50 < 80 \Rightarrow$ poids taxable = 80 kg

	Solution 1	Solution 2	Analyse
Coût	$80 \times 4.77 =$ 381.60 EUR	$80 \times 2.44 =$ 195.20 EUR	La solution 1 est plus onéreuse de 186.40 EUR par rapport à la solution 1, soit près de deux fois plus chère (+95.50%) $((381.6 - 195.2) / 195.2 \times 100)$.
Délai	24 h garanti	1 à 2 jours	Saint-Euristide n'est pas engagé quant au délai de livraison vis-à-vis de KaDeWe. La solution 2 peut être envisagée d'autant que le délai reste court.
Sécurité	Même entreprise de transport : UPS – bonne renommée en termes de sécurité		Idem. Solution 1 : sécurité du délai de livraison cependant.

Choix de la solution 2 compte tenu de son coût et de l'incoterm choisi.

2. Rédigez la facture.

PV HT = $2647.50 + 195.20 = 2842.70$ EUR

PV HT unitaire = $2842.70/250 = 11.37$ EUR. Donc facture finale à 2842.50, compte tenu des arrondis.

Exportateur / Exporter Saint Euristide 3 rue des Lumières 69001 Lyon		N° facture / Invoice N° 0029	Date facture / Invoice date 01/10/2021
		Autres références / Other references	
		Acheteur / Buyer KaDeWe Tauentzienstraße 21–24 10789 Berlin	
Notifier à / Notify Mrs Feldman - KaDeWe Tauentzienstraße 21–24 - 10789 Berlin		Banque du vendeur / Seller's bank BNP Paribas	
		Pays d'origine / Country of origin France	N° guichet de banque Bank counter N° 67867
Date de mise à disposition Date of disposal	Date d'expédition Date of dispatch 01/10/2021	Incoterm CPT Berlin	
Pré-transport par Pré-carriage by	Lieu de réception Place of receipt	Conditions de paiement Terms of payment Virement SEPA le 31/10/2021	Monnaie de paiement Currency of payment EUR
Identité moyen transport Transport ID Routier	Lieu de chargement Place of loading Lyon	IBAN : FR23 3645 5678 6787 8765 7865 123	

Lieu de déchargement Place of discharge Berlin	Lieu de destination Place of destination Berlin				
Nb suites articles Nb of cont. Sheets	Désignation des Description of goods	Poids net Kg Net Weight	Quantité Quantity	Prix unitaire Unit price	Montant Amount
	200 paires de chaussettes Collection Armand taille 39/41		200		2274
	50 paires de chaussettes Collection Armand taille 36/38		50	11.37	568.50
Emballage / Packing		Autres coûts Other costs	Assurance Insurance	Montant total/Total amount 2842.50	
Déductions / deductions				Total frais / Total charges	
				Total deduct/Total deduct.	
				Total à payer / Total to pay EUR 2842.50	
Clauses particulières – Visas Special informations – Visas		Lieu d'établissement / Place of issue Lyon			
		Nom / Name M. Lemarchand			
		Signature / Signature xxxxxxxxx			

Introduire le fait que le PV est HT à l'export.

1.3.- Synthèse

Fiche Introduction à la MOI

Une opération internationale, c'est une opération d'achat-vente de marchandises ou de prestations de service entre une entreprise située dans un pays donné et une organisation ou un particulier situé dans un autre pays.

Schéma opération en UE

Thème 1 : Droit et contrats :

Fiche Le contrat d'achat/vente :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Le contrat d'achat-vente constitue le cœur de la MOI : c'est lui qui est mis en œuvre. Encadrant les relations entre les

parties et leurs engagements réciproques, la qualité de sa rédaction est essentielle pour faciliter et sécuriser sa réalisation, ainsi que pour prévenir les risques.

I. Les factures

- Facture proforma : Devis présenté sous forme de facture. Il matérialise donc l'offre/la proposition commerciale réalisée auprès d'un prospect. Cette offre est ferme, nominative et précise. Il est fortement recommandé que ce document ait une date limite de validité.
- Facture commerciale : Document qui fait foi de la vente de marchandises ou de la prestation de services. La facture reprend tous les éléments de l'accord passé entre le vendeur et l'acheteur (principalement : les produits, conditions de livraison et de paiement). Assorti des CGVI, elle matérialise le contrat entre les deux parties.

II. Le contrat d'achat-vente international

- Contrat de vente internationale : Convention par laquelle une entreprise, située dans un pays, s'engage à livrer et à garantir une marchandise conforme en qualité et quantité, ou à réaliser une prestation de service, en échange de son prix payé par une organisation ou un particulier situé dans un autre pays. Ce contrat constitue pour le vendeur un contrat de vente et pour l'acheteur, un contrat d'achat. Il s'agit du même contrat.
- Un contrat contient des clauses techniques et commerciales.
Les principales clauses techniques sont : Produits (biens ou services) décrit qualitativement, documents techniques à fournir...
Les principales clauses commerciales sont : Prix (ferme ou révisable), quantités de produits, conditionnement/emballage, conditions de livraison (incoterm, délai), conditions de paiement (devise, modalités, délai), pénalités de retard, service après-vente, durée et contenu de la garantie commerciale, formation...
- Conditions Générales de Vente Internationale : Les CGVI encadrent les relations contractuelles d'un professionnel et de ses clients, à qui il fournit des marchandises ou pour qui il exécute des prestations de service, à l'étranger. Les Conditions Générales de Vente Export (CGVE) (lorsqu'il s'agit de marchandises) ou CGVI ont pour objectif d'informer les clients, avant toute transaction, des conditions de vente et de règlement que l'entreprise pratique. Elles permettent de définir la responsabilité de chacune des parties et de limiter les contentieux.

Thème 2 : Logistique et transport :

Fiche Incoterms :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Dans le contrat, acheteur et vendeur de marchandises doivent définir les conditions de livraison de la marchandise (quel délai ? qui fait quoi ? quid du risque transport ?). Le recours aux Incoterms, règles internationalement reconnues, permet de faciliter la répartition des coûts et des risques logistiques entre acheteur et vendeur de marchandise.

I. Le concept

- Le concept d'incoterm : INternational COmmercial TERM : Terme qui précise les obligations du vendeur et de l'acheteur lors d'un contrat de vente de marchandises pour ce qui relève de la livraison. Les parties se répartissent l'organisation, les coûts et les risques liés au transport (+ emballage, opérations de manutention, dédouanements le cas échéant) de la marchandise. Les

incoterms définissent donc les transferts de coûts et de risques entre vendeur et acheteur pour ce qui concerne la livraison de la marchandise. Les incoterms sont définis par la Chambre de Commerce Internationale (ICC : International Chamber of Commerce). Il est fortement recommandé de les utiliser afin de faciliter la négociation entre les parties. Un incoterm est toujours suivi du lieu où se fait le transfert de coûts.

II. Les incoterms multimodaux

- FCA locaux de l'exportateur : FREE CARRIER locaux de l'exportateur : Incoterm multimodal : lorsque le lieu désigné est celui des locaux du vendeur, les marchandises sont livrées par le vendeur à l'acheteur lorsqu'elles sont chargées sur le moyen de transport mis en place par l'acheteur, dédouanement export effectué, pour les ventes hors UE.
- CPT : CARRIAGE PAID TO: Incoterm multimodal : Le vendeur doit dédouaner la marchandise à l'export le cas échéant et, organiser et payer le transport principal jusqu'au point de destination convenu. Le lieu de livraison (transfert de risques) reste le même qu'en FCA.

Fiche Transport :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Le client doit recevoir la marchandise qu'il a commandée dans les délais souhaités, au prix négocié, sans qu'elle n'ait subi d'avaries. Tels sont les enjeux du choix de la meilleure solution transport pour une expédition donnée.

I. La tarification du fret

- Calcul de volume : Longueur * largeur * hauteur

Rappel : 1 m = 10 dm = 100 cm = 1000 mm

Avant de les multiplier, les trois dimensions doivent être convertie dans la même mesure (m, dm...).

Le résultat est exprimé en cubes (dm³, m³...). Rappel : 1m³ = 1000 dm³.

- Tarification du transport routier au poids taxable :

En transport routier, le poids taxable est égal au plus grand résultat entre le poids brut de la marchandise à transporter exprimé en kg et son volume en dm³ divisé par 3.

Règle d'équivalence : 1 kg taxable = 1 kg réel = 3 dm³ en routier

Exemple pour une marchandise de 100 kg représentant un volume de 900 dm³ :

	kg taxable au poids	kg taxable au volume	kg taxable tarifé
Routier	100 kg	900/3 = 300 kg taxables	300 kg taxables

(Si règle d'équivalence présentée à la tonne : 1 tonne (1000 kg réels) = 3 m³ en routier

II. La comparaison des solutions transport

- Critères fondamentaux de comparaison de solutions transport :
 - coût
 - délai du transport (temps de transport = transit time). Ne pas confondre avec le délai de livraison (temps qui s'écoule entre la passation de la commande et la livraison de la marchandise chez le client).
 - sécurité (du délai et des marchandises)

Thème 5 : Paiement et financement :

Fiche Paiement :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Le paiement, principale obligation de l'acheteur, est le pendant de l'obligation de livraison de la marchandise ou de la prestation de service à la charge du vendeur. Le choix des modalités de paiement (moment(s), instruments et techniques de paiement) poursuit des objectifs commerciaux et financiers qui doivent être adaptés à la relation qu'entretiennent les deux partenaires, ainsi qu'à la fiabilité et à la solvabilité du prospect/client.

Introduction : Distinction technique de paiement et instrument de paiement :

- L'instrument de paiement est la forme matérielle qui sert de support au paiement (ex : le chèque, le virement).
- La technique de paiement est la procédure à suivre pour que le paiement puisse être réalisé. Il s'agit donc des modalités d'utilisation de l'instrument de paiement, qui résultent de l'accord entre l'acheteur et le vendeur.

I. Les techniques de paiement

1. Technique de l'encaissement direct/simple : Désigne les opérations d'encaissement dans lesquelles le paiement du vendeur n'est pas conditionné au respect d'une procédure particulière pour déclencher le paiement. Le règlement étant effectué sur l'initiative de l'acheteur dans les délais prévus par les parties. On parle aussi de paiement sur facture.

II. Les instruments de paiement

1. Virement SEPA (Single Euro Payments Area) : Il permet de transférer des sommes directement de compte à compte, sans passer par un moyen de paiement (carte bancaire, chèque, etc.) dans la zone SEPA (États membres de l'Union Européenne (UE), les États membres de l'AELE - l'Islande, du Liechtenstein, de la Norvège et de la Suisse - Monaco et Saint-Marin). Le virement SEPA est effectué en euro, même s'il est destiné à un compte bancaire tenu dans une autre devise. Cette opération peut alors engendrer des commissions de change, variables selon les établissements.
Mode de paiement rapide, sûr techniquement et peu coûteux, mais qui reste à l'initiative du débiteur.

Situation 2 : Euristide prépare une mission export en Chine

Il s'agit de poursuivre les mêmes objectifs que la situation 1, de rester dans la même logique, c'est-à-dire la vente, mais de montrer les plus grandes complexité et richesse du traitement des opérations hors UE.

- Compétences mises en œuvre niveau 1- Découverte :
1 - Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international
et
3 - Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges
- Liens possibles avec la RCI : Exploiter les données clients (enrichir la base de données du tarif export élaboré) ; Préparer les futures communications avec les prospects chinois en appréhendant le contexte interculturel (Culture chinoise et sa culture des affaires ; les points de vigilance interculturels).
- Liens possibles avec le DCI : Réaliser une synthèse de l'environnement macro-économique de cette vente (hors UE, plus précisément en Chine) et appréhender les concepts de risques pays et commercial ; Participer à l'organisation et au suivi de la mission export (identifier les cibles de prospection, les contacter et prendre des RDV pour le chargé du développement commercial, élaborer le budget de prospection, découvrir les dispositifs de soutien à l'export...).

2.1.- Contexte et activités

L'entreprise Saint-Euristide, située à Lyon, a été créée en janvier 2021. Elle fabrique et vend des chaussettes transparentes haut de gamme. Elle vise d'emblée un développement national et international, au sein de l'Union Européenne, dans un premier temps. Vous êtes assistant Administration des Ventes au sein de St Euristide et travaillez en étroite collaboration avec M. Lemarchand, chargé du développement commercial.

Après la réussite de la mission export en Allemagne, M. Lemarchand prépare en étroite collaboration avec vous la mission export à Shanghai en Chine qu'il réalisera dans deux mois. En outre, il vous demande de préparer le tarif export par palette (unité de vente minimale pour la Chine) et d'analyser les risques liés à des exportations en Chine, compte tenu des CVGE.

Réflexion collective sur les distinctions entre la mise en œuvre d'une vente export en UE-zone Euro et une vente export hors UE, notamment en Chine et les prestataires auxquels il conviendra de recourir pour réaliser la livraison.

Les étudiants évoqueront très certainement la nécessité de dédouaner (introduire alors la nécessité de deux dédouanements, export et import), la question de la devise, des risques amplifiés (transport, change, non-paiement).

Prestataires : PSL (prestataire de services logistiques), Représentant en Douane enregistré, Banque, Compagnie d'assurance transport.

Introduire les concepts de risque pays et risque commercial.

Activité 1. Élaboration du tarif export Shanghai et des modalités de paiement (Annexes 1 à 3)

1. Calculer les prix d'offre en EUR pour les incoterms suivants en aérien et en maritime, pour une palette de cartons de chaussettes :
FCA Lyon Airport / FCA Port of Fos-Marseille
CIP Shanghai Pudong Airport / CIP Port of Shanghai

DAP Shanghai (en aérien) / DAP Shanghai (en maritime)

Calculer le prix d'offre unitaire pour une paire de chaussettes. Présentez votre travail dans un tableau.

2. Distinguer ces 3 incoterms en termes de transfert de risques et de frais et les implications pour Saint-Euristide.
3. Comparer les deux solutions transport en CIP.
4. Justifier le fait que Saint-Euristide ait décidé pour l'instant que les paiements se feraient exclusivement en EUR.
5. Apprécier le risque de non-paiement. M. Lemarchand envisage le recours au crédit documentaire export plutôt que l'encaissement simple. Est-ce pertinent ? Justifiez.

Activité 2. Les Conditions Générales de Vente Export : les clauses juridiques (Annexe 4)

1. Expliquer et justifier les clauses juridiques des CGVE.
2. D'un point de vue commercial, que pensez-vous de l'extrait des CGVE proposé ?

Annexe 1 : Données logistiques

La marchandise :

Prix EXW (EX Works) Lyon d'une paire de chaussettes : 10.50 EUR

Les chaussettes sont emballées dans des cartons. Chaque carton contient 50 paires de chaussettes, pèse 10 kg brut, ses dimensions sont : 0.4*0.4*0.3 m.

24 cartons sont chargées sur une palette EPAL (0.8m*1.2m*0.15m). Chaque palette à vide pèse 25 kg. On place 4 cartons niveau de cartons, dans leur hauteur, soit 1.2 m en tout.

Éléments communiqués par le transitaire :

Solution 1 : Transport aérien

Pré-acheminement : 100 EUR

THC (Terminal Handling Charges) à l'aéroport de Lyon Saint-Exupéry : 70 EUR

Formalités douanières export réalisées par le représentant en douane enregistré : 65 EUR

Tarif Aérien Lyon Saint-Exupery Airport/Shanghai Pudong Airport incluant l'assurance transport :

Min 130 EUR

<100 kg 4

100 kg/199 kg 3.5

200 kg/299kg 3

300 kg et plus 2.75

Taxes supplémentaires (taxe sûreté, taxe risque de guerre, surcharge fuel, émission LTA...) : 65 EUR

THC à l'aéroport de Shanghai : 55 EUR

Post-acheminement : toute livraison dans Shanghai : 120 EUR

Délai porte-à-porte : 4 à 6 jours

Taux d'avarie : 3%

Solution 2 : Transport maritime

Pré-acheminement : 150 EUR

THC (Terminal Handling Charges) au port de Marseille-Fos (empotage dans un conteneur et manutention) : 70 EUR

Formalités douanières export réalisées par le représentant en douane enregistré : 65 EUR

Tarif maritime Marseille-Fos/Shanghai Port incluant l'assurance transport : 130 EUR/UP

Taxes supplémentaires (taxe sûreté, taxe risque de guerre, surcharge fuel, émission Connaissance maritime...) : 55 EUR

THC au port de Shanghai : 65 EUR

Post-acheminement : toute livraison dans Shanghai : 120 EUR

Délai porte-à-porte : 35 à 40 jours

Taux d'avarie : 4.5 %

Bilan carbone

Les unités données pour le calcul du bilan carbone sont les suivantes :

Transports Aériens Courts courriers (vols inférieurs à 1000 km) :	1.50 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transports Aériens Moyens courriers (vols compris entre 1000 et 4000 km) :	1.29 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transports Aériens Longs courriers (vols compris entre 4000 et 7000 km) :	0.48 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transports Aériens Supers Longs courriers (vols supérieurs à 7000 km) :	0.45 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transport Ferroviaire en France :	0.00543 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transport Maritime	0.0101 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transport Fluvial	0.0727 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transport routier : sur la base de véhicule 40 tonnes à pleine charge :	0.084 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.
Transport routier Messagerie :	0.332 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.

Ces données sont communiquées à titre indicatif et ne peuvent en aucun être opposées. Données extraites du 2018 © ADEME - Calcul des facteurs d'émissions Version 3.0 <http://group-tmt.com/index.php?page=carbone>

Annexe 2 : Extrait des tarifs bancaires

Activités liées au Trade : Export

Crédit documentaire export (ces commissions s'entendent hors frais éventuels du correspondant) :

<ul style="list-style-type: none"> • forfait Crédit documentaire ≤ 100 000 €⁽¹⁾ : <ul style="list-style-type: none"> - crédit documentaire notifié ≤ 100 000 € - crédit documentaire confirmé < 50 000 € - crédit documentaire confirmé de 50 000 à 100 000 € - modification supplémentaire - utilisation supplémentaire • Crédit documentaire > 100 000 € - Tarification Unitaire : <ul style="list-style-type: none"> Commission de notification <ul style="list-style-type: none"> - ≤ 1500 K € - > 1500 K € - minimum - commission de modification - commission de levée de documents - commission d'encaissement "LC notifiée" - frais d'intervention à la demande - commission de transfert - commission de paiement sur transfert - commission de confirmation - commission d'acceptation ou de paiement différé • frais divers liés au Crédit Documentaire <ul style="list-style-type: none"> - frais de transmission - Forfait par dossier - frais de port simple - frais de courrier express - frais de Swift - frais de pré-vérification des documents (prérequis : demande expresse du bénéficiaire, intégralité des documents requis au titre du crédit, documents parfaitement lisibles) 	<p>320 € HT+TVA 370 € HT+TVA 500 € HT+TVA 60 € HT+TVA 100 € HT+TVA</p> <p>1 ‰ avec un minimum de 70 € 0,5 ‰ 100 € HT+TVA 110 € HT+TVA 1,5 ‰ avec un minimum de 135 € HT+TVA 1 ‰ avec un minimum de 70 € HT+TVA 95 € HT+TVA 1,25 ‰ avec un minimum de 120 € HT+TVA 0,625 ‰ avec un minimum de 110 € HT+TVA nous consulter nous consulter</p> <p>20 € HT+TVA 20 € HT+TVA 60 € HT+TVA 35 € HT+TVA 200 € HT+TVA</p>
---	---

Annexe 3 : Notation Coface Risque sur la Chine

160 évaluations pays, réalisées à partir de données macroéconomiques, financières et politiques. Mises à jour régulièrement, elles vous donnent une estimation du risque de crédit moyen des entreprises d'un pays. C'est un outil précieux qui indique l'influence potentielle d'un pays sur l'engagement financier d'une entreprise. Nos évaluations se situent sur une échelle de 8 niveaux : A1, A2, A3, A4, B, C, D, E dans l'ordre croissant du risque.

Chine :

Évaluation du risques pays : B

Évaluation de l'environnement des affaires : B

07/10/2020 (à actualiser)

<https://www.coface.fr/Etudes-economiques-et-risque-pays/Chine>

Annexe 4 : Extrait des conditions générales de ventes export

4. PROPRIETE INTELLECTUELLE 4.1 - L'Acheteur s'engage à respecter l'ensemble des droits de propriété intellectuelle, du savoir-faire, des procédés de fabrication et des secrets d'affaires de SAINT-EURISTIDE, en ce qui concerne notamment les marques, dessins et modèles, et d'une façon générale, tous autres droits détenus par SAINT-EURISTIDE.(...)

14. CONTESTATIONS 14.1 - RESERVES - Il appartient à l'Acheteur, en cas d'erreur ou d'avarie des Produits livrés ou de manquants, d'effectuer toutes les réserves nécessaires auprès du transporteur et/ou de SAINT-EURISTIDE. Tout Produit n'ayant pas fait l'objet de réserves motivées par lettre recommandée électronique avec AR dans un délai de ... jours (délai variable selon le mode de transport) de sa réception auprès du transporteur, et dont copie sera adressée simultanément à SAINT-EURISTIDE, sera considéré accepté par l'Acheteur. 14.2 - RECLAMATIONS - Les réclamations relatives à la qualité des Produits livrés ne pourront être prises en considération que si elles sont formulées par écrit à SAINT-EURISTIDE, en lettre recommandée électronique avec AR dans les cinq (5) jours qui suivent la notification à l'Acheteur par le client-consommateur final des Produits. En toute hypothèse, aucune réclamation ne pourra intervenir après un délai de un (1) an suivant la réception des Produits mis en cause.

16. RESERVE DE PROPRIETE ET TRANSFERT DES RISQUES 16.1 - SAINT-EURISTIDE SE RESERVE LA PROPRIETE DES PRODUITS ET EMBALLAGES LIVRÉS JUSQU'A L'ENCAISSEMENT COMPLET DU PRIX (...) 16.5 – Nonobstant ce qui précède, les risques relatifs aux Produits sont transférés à l'Acheteur conformément à l'INCOTERM identifié dans la Commande.

17. RESPONSABILITE 17.1 - A l'égard de l'Acheteur, SAINT-EURISTIDE sera responsable, dans les conditions de droit commun et dans les limites énoncées ci-après, de toute négligence, erreur ou faute qu'il pourra commettre à l'occasion de l'exécution des présentes conditions générales de vente. 17.2 - SAINT-EURISTIDE ne pourra voir sa responsabilité engagée qu'en cas d'inexécution ou de violation totale ou partielle de ses obligations aux termes des présentes. 17.3 - La responsabilité de SAINT-EURISTIDE est exclue pour tous dommages résultant de la force majeure, de conditions de stockage défectueuses, d'utilisation non appropriée, d'usure normale ainsi que pour les dommages résultants de fautes ou négligences de l'Acheteur.

19. FORCE MAJEURE 19.1 - Tout retard ou défaut d'exécution de ses obligations par SAINT-EURISTIDE ne pourra pas engager sa responsabilité lorsque ce retard ou ce défaut d'exécution sera dû à un cas de force majeure.

21. ATTRIBUTION DE JURIDICTION ET DROIT APPLICABLE 21.1 - SAINT-EURISTIDE fait élection de domicile à son siège social. 21.2 - TOUT DIFFEREND RELATIF A L'APPLICATION DES PRESENTES CONDITIONS GENERALES DE VENTE ET DE LEUR INTERPRETATION, DE LEUR VALIDITE, DE LEUR EXECUTION ET DES CONTRATS DE VENTE QU'ELLES REGISSENT CONCLUS PAR SAINT-EURISTIDE OU DU PAIEMENT DU PRIX, SERA PORTE DEVANT LE TRIBUNAL DE COMMERCE DE LYON, Y COMPRIS EN CAS D'APPEL DE GARANTIE OU DE PLURALITE DE DEFENDEURS. 21.3 - Tout différend sera régi par la loi française, à l'exclusion de la Convention de Vienne sur la vente internationale des marchandises et de tout autre droit.

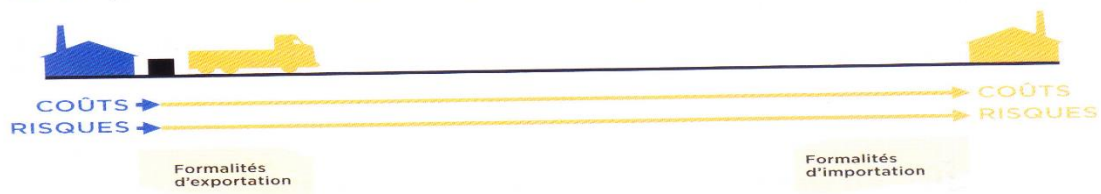
22. LANGUE Les présentes conditions générales sont rédigées en français et traduites en anglais. Seule la version française fait foi.

Fiches Ressources :

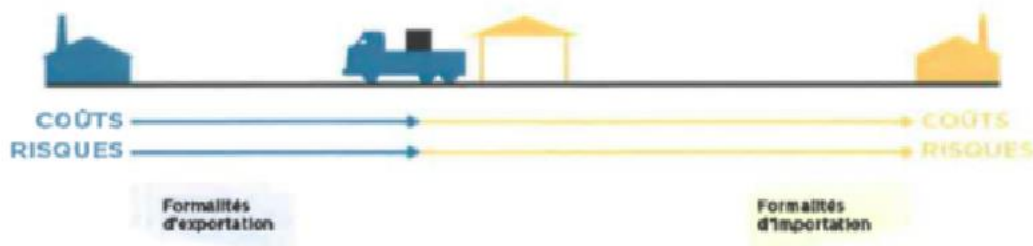
- INCOTERMS :

EXW (EX Works) : Obligation minimale du vendeur. Le vendeur a livré les marchandises à l'acheteur dès lors que celles-ci ont été mises à la disposition de l'acheteur dans un lieu dûment désigné (atelier, usine, entrepôt), que ce lieu soit les propres locaux du vendeur ou non. Pas d'accomplissement des formalités douanières et pas de chargement sur un quelconque véhicule pour le vendeur. Marchandises emballées.

EXW (insérer le lieu de livraison désigné) Incoterms® 2020



FCA terminal gare/port/aéroport : Incoterm multimodal : Lorsque le lieu désigné est autre que les locaux du vendeur, les marchandises sont dûment livrées : lorsque ayant été chargées sur le moyen de transport réservé par le vendeur, elles sont arrivées à ce lieu convenu, sont prêtes à être déchargées et sont à la disposition du transporteur ou d'une autre personne nommée par l'acheteur.



CIP (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO) : Incoterm multimodal :

CPT + Assurance transport contractée par le vendeur pour le compte de l'acheteur.

La garantie d'assurance doit couvrir au minimum le prix prévu au contrat de vente majoré de 10% (110% de la valeur facturée) et être libellée dans la devise du contrat. Par défaut : assurance « tous risques – clause A Institute cargo clauses ».

Le transfert de risques se fait comme en FCA. Les parties doivent bien préciser ce lieu de livraison (voir les 2 FCA). Par défaut, le transfert de risques a lieu lorsque les marchandises ont été remises au premier transporteur.

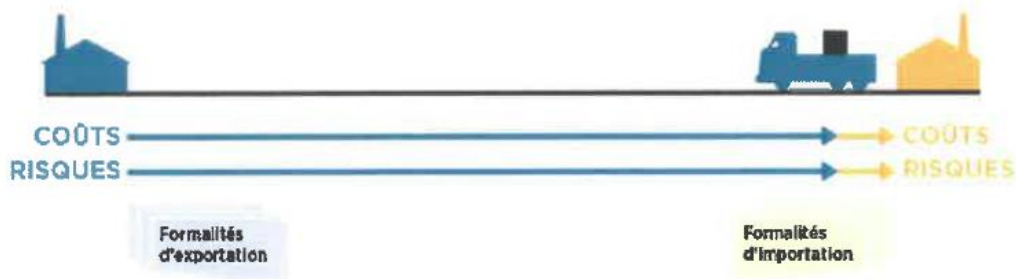
CIP (insérer le lieu de destination désigné) Incoterms® 2020



DAP (DELIVERED AT PLACE) : Incoterm multimodal :

Après avoir dédouané les marchandises à l'export, le vendeur prend en charge le transport des marchandises jusqu'au point de livraison convenu, donc il assume les coûts et les risques jusqu'à ce point sans avoir à décharger les marchandises au lieu désigné. Ce lieu n'est pas forcément le lieu de destination finale. Ce peut être par exemple le terminal d'arrivée.

DAP (insérer le lieu de destination désigné) Incoterms® 2020



(ICC 2020)

- **CALCUL DU FRET :**

Rappel d'équivalences : 1 m³ = 1000 dm³ ; 1 tonne = 10 quintaux = 1000 kg

Poids taxable en transport maritime :

1 UP = 1 tonne réelle = 1 m³ Calcul à l'avantage du transporteur

Exemple pour une marchandise de 2 tonnes représentant un volume de 4 m³ :

	UP/t taxable au poids	UP/t taxable au volume	UP/t taxable tarifé
Maritime	2 tonnes	4 UP	4 UP

Poids taxable en transport aérien :

1 kg taxable = 1 kg réel = 6 dm³ Calcul à l'avantage du transporteur

Exemple pour une marchandise de 100 kg représentant un volume de 900 dm³ :

	kg taxable au poids	kg taxable au volume	kg taxable tarifé
Aérien	100 kg	900/6 = 150 kg taxables	150 kg taxables

Règle du payant pour : Lorsque les tarifs sont dégressifs (en aérien, c'est systématique), la règle du « payant pour » est appliquée automatiquement, ce qui permet au client de bénéficier du meilleur tarif. Règle du payant pour : on compare ce que le chargeur doit normalement payer compte tenu du poids taxable transporté à ce qu'il paierait si le colis pesait le minimum de poids taxable de la tranche de prix supérieur. On retient le tarif le moins élevé.

Exemple :

Kg taxable	Tarif au kg (taxable)
0 à 59 (-60)	2,5 EUR
60 à 199 (-200)	2,00 EUR
200 et +	1.5 EUR

Le client dont la marchandise correspond à 50 kg taxable paiera 50×2.5 soit 125 EUR alors que s'il déclare 60 kg, il ne paiera que 60×2 soit 120 EUR. Le transporteur appliquera la règle du « payant pour » et ne lui facturera que 120 EUR pour 60 kg taxables transportés.

- **INTERMEDIAIRES DE TRANSPORT :**

PSL : Les prestataires de services logistiques sont des acteurs à qui des entreprises confient tout ou partie de leur chaîne logistique.

De différentes catégories, les prestataires logistiques proposent de plus en plus de services allant au-delà du simple stockage, de la réception ou de l'expédition. Ils ne sont pas transporteurs eux-mêmes, en général.

- Le stockage : Stockage des produits, gestions des stocks, plateformes logistiques, palettisation des charges. Manutention et préparation des commandes, réception et gestion des commandes, préparations des remises, conditionnement des marchandises, location d'engins de manutention et stockage, codification et étiquetage.
- La gestion des transports : Transport longue distance, location de véhicules, gestion des assurances de marchandise, transports spéciaux, transports internationaux.
- La distribution : Distribution des produits, organisation des plans de livraison, gestion des retours clients, services d'envoi, courrier et transport urgent, services complémentaires.
- La mise en place de systèmes d'information connectée : Ces systèmes vous connectent avec votre prestataire logistique et vous permettent de connaître les niveaux de stock, les demandes de produits, les incidents, la localisation des containers...
- Des conseils en logistique...

<https://www.logismarket.fr/blog/types-prestataires-logistiques/>

Transitaire (freight forwarder) : Terme générique pour désigner l'intermédiaire qui gère, pour le compte du chargeur, le transport d'une marchandise lorsqu'elle doit rencontrer un ou plusieurs changements de transports successifs. Sa mission est d'organiser la liaison entre les différents transporteurs et d'assurer ainsi la continuité du transport, ainsi que toutes les opérations administratives connexes s'y rapportant.

Représentant en Douane Enregistré :

Le RDE effectue les formalités et actes douaniers en représentation directe (le représentant en douane agit au nom et pour le compte d'autrui) ou indirecte (le représentant en douane agit en son nom propre, mais pour le compte d'autrui). Le RDE doit être préalablement enregistré auprès des Douanes et remplir certaines conditions (absence d'infraction grave ou répétée, système de tenue des écritures approprié, compétence professionnelle). Il peut rendre ses services dans toute l'UE.

- **PAIEMENTS :**

Le crédit documentaire est une technique de paiement.

Crédit documentaire irrévocable :

Ce crédit matérialise un engagement ferme et irrévocable de la banque émettrice (celle de l'acheteur). La banque s'engage, d'ordre et pour le compte de son client, l'acheteur, à régler le prix d'une marchandise contre la remise de documents prouvant l'exécution des obligations du bénéficiaire, dans un délai fixé par avance entre les parties. Le vendeur est donc certain d'encaisser le montant de sa facture contre la présentation à la banque de documents préalablement convenus, établissant la preuve de la bonne expédition des marchandises dans les délais convenus ou de la bonne exécution de la prestation de service.

Le crédit documentaire irrévocable ne peut être éventuellement être modifié qu'avec l'accord formel de tous les signataires du contrat. Son bénéficiaire est donc assuré d'être payé, sauf en cas de défaillance de la banque de l'acheteur ou de risque de non-transfert, que le motif soit politique, économique, ou catastrophique.

Crédit documentaire irrévocable et confirmé : Il comporte l'engagement irrévocable, non seulement de la banque émettrice, mais aussi d'une banque du pays du vendeur (banque confirmatrice) de procurer au vendeur le règlement contre présentation des documents conformes aux exigences de l'acheteur dans le respect des délais imposés. Le crédit documentaire devient un instrument de garantie couvrant le fournisseur, non seulement contre le risque d'insolvabilité de son client, mais également contre le risque pays, et le risque de non-paiement de la banque émettrice.

2.2.- Éléments de corrigé

Activité 1. Réalisation du tarif export Shanghai (cf. Annexe 1)

1. Calculez les prix d'offre en EUR pour les incoterms suivants en aérien et en maritime pour une palette de cartons de chaussettes.
Calculez le prix d'offre unitaire pour une paire de chaussettes.

Prix d'offre en aérien : FCA Lyon Airport - CIP Shanghai Airport - DAP Shanghai

Calcul du poids taxable :

Volume d'une palette chargée en dm³ : $24*(4*4*3) + (8*12*1.5) = 1296 \text{ dm}^3$

Poids d'une palette chargée : $(24*10) + 25 = 265 \text{ kg}$

Poids taxable : $265 > 1296/6 \Leftrightarrow 265 > 216 \Rightarrow$ poids taxable : 265 kg

Coût du fret : $265*3 < 300*2.75 \Leftrightarrow 795 \text{ EUR} < 825 \text{ EUR} \Rightarrow$ On n'applique pas le payant-pour.

	Prix d'offre EUR pour une palette (1200 paires)	Prix d'offre en EUR pour une paire de chaussettes
EXW Lyon (10.50* 24*50)	12600	10.50
Pré-acheminement	100	
Formalités douanières	65	
FCA Lyon Saint-Exupéry Airport	12765	10.64
THC au départ	70	
Fret et assurance	795	
Taxes supplémentaires	65	
CIP Shanghai Pudong Airport	13695	11.41
THC à l'aéroport de Shanghai	55	
Post-acheminement	120	
DAP Shanghai	13870	11.56

Prix d'offre en maritime : FCA Port of Fos-Marseille - CIP Port of Shanghai - DAP Shanghai

Calcul du poids taxable :

Volume d'une palette chargée en dm^3 : $24 \cdot (4 \cdot 4 \cdot 3) + (8 \cdot 12 \cdot 1.5) = 1296 \text{ dm}^3 = 1.296 \text{ m}^3$

Poids d'une palette chargée : $(24 \cdot 10) + 25 = 265 \text{ kg} = 0.265 \text{ t}$

Poids taxable : $0.265 < 1.296 \Leftrightarrow$ poids taxable : 1.296 UP

Coût du fret : $1.296 \cdot 130 = 168.48 \text{ EUR}$

	Prix d'offre EUR pour une palette (1200 paires)	Prix d'offre en EUR pour une paire de chaussettes
EXW Lyon (10.50* 24*50)	12600.00	10.50
Pré-acheminement	150.00	
Formalités douanières	65.00	
FCA Port of Fos-Marseille	12815.00	10.68
THC au départ	70	
Fret et assurance	168.48	
Taxes supplémentaires	55.00	
CIP Port of Shanghai	13108.48	10.92
THC au port de Shanghai	65.00	
Post-acheminement	120.00	
DAP Shanghai	13293.48	11.08

2. Distinguer ces 3 incoterms en termes de transfert de risques et de frais et les implications pour Saint-Euristide.

Voir cours. Saint-Euristide doit organiser le transport international de la marchandise en CIP et DAP, et le post-acheminement en DAP, en lien avec son PSL. Implications en termes d'avance de trésorerie des coûts du transport international, sauf pour FCA, nécessité de dédouaner à l'export (faire appel à un représentant en douane enregistré si personne n'a la compétence dans cette jeune entreprise ; ce qui est très certainement le cas). Saint-Euristide supporte les risques (retard, vol, perte, dégradation) du transport en DAP (gestion du sinistre, attente avant d'être indemnisé, si sinistre).

3. Comparer les deux solutions transport en CIP.

	Solution 1	Solution 2	Analyse
Coût logistique CIP - EXW	13695 - 12600 = 1095 EUR, soit 0.91 EUR pour une paire de chaussettes. 8.69% du prix EXW	13108.48- 12600=508.48 EUR, soit 0.42 EUR pour une paire de chaussettes. 4.04% du prix EXW	Le transport maritime est deux fois moins cher que le transport aérien. Cependant, s'agissant d'une marchandise à valeur ajoutée, la différence en valeur absolue reste supportable.
Délai	4 à 6 jours	35 à 40 jours	Le délai de livraison porte-à-porte est 9 fois plus élevé en maritime. On pourrait proposer les 2 solutions aux prospects. Cependant la différence de prix justifie-t-elle la différence de délai compte tenu des caractéristiques de la marchandise ?
Sécurité Taux d'avarie	3%	4.5%	Le transport maritime est plus risqué que le transport aérien. Le niveau de sécurité du transport maritime est cependant bon.
Pollution	Bilan carbone : 0.45 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru	Bilan carbone : 0.0101 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru. 0.0101 kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru.	Le transport aérien est 45 fois plus polluant que le transport maritime, rapporté à la tonne transportée par km. La préoccupation environnementale n'est pas qu'un argument de vente pour de plus en plus d'entreprises, pour lesquelles la réduction de leur empreinte sur l'environnement fait partie dans leurs objectifs.

Si le prospect n'est pas pressé quant au délai de livraison, la solution maritime pourrait être pertinente. Même si la différence de prix n'est pas énorme, le niveau de sécurité du transport maritime est bon et son empreinte carbone est bien plus faible que celle du transport aérien.

4. Justifier le fait que Saint-Euristide ait décidé pour l'instant que les paiements se feraient exclusivement en EUR.

Cela permet à Saint-Euristide, jeune entreprise, de ne pas supporter le risque de change, né du décalage dans le temps entre la remise de l'offre et le paiement. Cela lui évite les coûts liés à la gestion du risque de change et aux commissions bancaires. Cependant l'entreprise fait supporter le risque à ses clients hors zone euro.

5. Apprécier le risque de non-paiement. M. Lemarchand envisage le recours au crédit documentaire export plutôt que l'encaissement simple. Est-ce pertinent ? Justifiez.

La Chine présente un niveau de risque relativement élevé (B pour le risque pays et B pour l'environnement des affaires). Un crédit documentaire irrévocable et confirmé apparaît donc pertinent, car il apporte une double-sécurité du paiement (garantie de la banque émettrice chinoise et de la banque française, en cas de défaillance du client chinois). Il permet donc de gérer à la fois le risque pays et le risque commercial.

Par ailleurs, si on considère que les ventes de Saint-Euristide ne dépasseront 50000 EUR, le crédit documentaire irrévocable et confirmé coûtera 370 EUR, soit moins de 3% d'une vente CIP d'une palette. Certes, cela entame la rentabilité de l'opération. Mais le crédit documentaire irrévocable et confirmé apporte un haut niveau de sécurité contre le risque de non-paiement. Ce qui apparaît pertinent dans la situation présente compte tenu de l'absence d'expérience de l'entreprise en grand export, de sa récence, du risque sur la Chine.

Activité 2. Les Conditions Générales de Vente Export : les clauses juridiques

1. Expliquer et justifier les clauses juridiques des CGVE

Clause 4 :

Les entreprises sont soumises au risque de contrefaçon, risque amplifié à l'export, et encore davantage lorsqu'il s'agit de produits haut de gamme, comme ici. Cette clause permet de rappeler à l'Acheteur les principes de la propriété industrielle en termes de protection. Ce qui peut dissuader les éventuels contrefacteurs et permet de pouvoir engager des poursuites en cas d'utilisation frauduleuse de la marque ou de contrefaçons. Pour cela, il convient d'avoir déposé ses marques, dessins, modèles...

Les marques déposées auprès de l'INPI, au niveau international, sont protégées pour une durée de 10 ans, renouvelable indéfiniment. Les modèles et dessins sont protégés pendant 5 ans, renouvelables jusqu'à 25 ans au titre de la propriété industrielle.

Clause 14 :

Rappel des modalités pour pouvoir émettre des réserves sur une livraison. Il est cohérent que les délais soient précisés (ils correspondent aux règles édictées dans les conventions internationales de transport), ainsi que la forme de la réclamation (LRAR électronique). La clause gère à la fois les réserves liées à la préparation de la commande et au transport. Ce qui peut paraître peu clair, à la lecture.

Les réclamations quant à la qualité des produits sont aussi limitées dans le temps et exigent la même forme de recours. Délai max : 1 an : délai raisonnable pour que les chaussettes soient vendues au consommateur final et utilisées.

Clause 16 :

Clause de réserve de propriété décalant le transfert au paiement intégral du prix. Permet à Saint-Euristide de réclamer la marchandise en cas de non-paiement. La clause rappelle que cela n'a rien à voir avec le transfert du risque transport prévu dans l'incoterm.

Clause 17 :

Cette clause présente la responsabilité civile de Saint-Euristide, s'il n'exécute pas ses obligations contractuelles. Il est aussi responsable du fait de l'utilisation de ses produits. Il s'exonère en cas de force majeure, de l'usure normale de ses produits et d'une utilisation défectueuse. Ce qui est cohérent.

Clause 19 :

L'entreprise s'exonère en cas de force majeure (événement indépendant de sa volonté, insurmontable, imprévisible, selon la loi française). Cohérence juridique : Saint-Euristide ne souhaite indemniser que lorsque sa responsabilité est engagée.

Clause 21 :

En cas de litiges, l'affaire sera portée devant le tribunal de Commerce de Lyon. Le droit applicable au contrat est le droit français. En matière internationale, les parties ont le choix de la localisation du tribunal -elles peuvent aussi recourir à la justice alternative - et du droit du contrat. Saint-Euristide, entreprise nouvelle, a décidé de dépendre d'un droit et d'une justice qu'il connaît bien.

Clause 22 : En cas de litige, c'est la version française du contrat qui sera étudiée par les juges. Là aussi, Saint-Euristide souhaite que ce soit la version française, langue qu'il maîtrise, qui soit retenue.

2. D'un point de vue commercial, que pensez-vous de l'extrait des CGVE proposé ?

Les clauses 4, 14, 16 et 17 protègent ou engagent Saint-Euristide de façon équilibrée vis-à-vis de l'acheteur qui devrait les accepter sans trop de souci.

La clause 19 voit le concept de force majeure sous l'angle français, puisque le contrat dépend du droit français. Les clauses 21 et 22 imposent le choix du droit français, d'une juridiction française et du français comme langue du contrat. En matière internationale, les parties ont le libre-choix de ces éléments. Il est possible que certains acheteurs potentiels cherchent à discuter/négocier ces points. Une solution pourrait être de proposer un recours à la justice alternative (arbitrage) qui peut être plus appréciée comme mode de résolution des litiges dans les affaires commerciales internationales.

2.3.- Synthèse

Fiche Introduction à la MOI

- Une opération internationale hors UE est plus complexe à réaliser et plus risquée qu'une opération au sein de l'UE.
- Le risque pays et le risque commercial : Le risque pays est le risque de matérialisation d'un sinistre résultant du contexte économique et politique d'un État étranger, dans lequel une entreprise effectue une partie de ses activités. Il est indépendant des caractéristiques propres du partenaire commercial, mais a une influence potentielle sur l'engagement financier de ce partenaire. Le risque commercial réfère au risque que le partenaire soit défaillant à la suite d'une dégradation de sa situation financière (insolvabilité déclarée ou présumée).

Schéma opération hors UE

Thème 1 : Droit et contrats :

Fiche Le contrat d'achat/vente :

II. Le contrat d'achat-vente international

- Un contrat contient aussi des clauses juridiques.

Les principales clauses juridiques sont : Annulation/résolution, exclusivité, confidentialité, propriété intellectuelle, transfert de propriété, règlement des litiges (clause attributive de juridiction ou clause compromissoire), droit du contrat, langue du contrat, responsabilité, garantie légale (vices cachés) et force majeure

En matière de contrat international, les parties choisissent le droit national dont dépendra le contrat, la localisation et l'instance chargée de régler les litiges, la langue du contrat.

Thème 2 : Logistique et transport :

Fiche Incoterms :

I. Le concept

- Concept d'incoterm : Le concept de livraison réfère au transfert de risques.

II. Les incoterms multimodaux

- EXW : Obligation minimale du vendeur. Le vendeur a livré les marchandises à l'acheteur dès lors que celles-ci ont été mises à la disposition de l'acheteur dans un lieu dûment désigné (atelier, usine, entrepôt), que ce lieu soit les propres locaux du vendeur ou non. Marchandises emballées.
- FCA Terminal Gare/Aéroport/Port : Incoterm multimodal : Lorsque le lieu désigné est autre que les locaux du vendeur, le vendeur organise le préacheminement, à ses coûts et risques, en plus de ce qui est prévu dans FCA locaux de l'exportateur. Il ne décharge pas la marchandise dans ce lieu désigné.
- CIP : Incoterm multimodal : CPT + Assurance transport contractée par le vendeur pour le compte de l'acheteur. La garantie d'assurance doit couvrir au minimum le prix prévu au contrat de vente majoré de 10% (110% de la valeur facturée) et être libellée dans la devise du contrat. Par défaut : assurance « tous risques – clause A Institute cargo clauses ». Le transfert de risques se fait comme en FCA.

Pour CPT et CIP, les parties doivent bien préciser ce lieu de livraison (voir les 2 FCA). Par défaut, le transfert de risques a lieu lorsque les marchandises ont été remises au premier transporteur.

- DAP : Incoterm multimodal : Après avoir dédouané les marchandises à l'export (si nécessaire), le vendeur prend en charge le transport des marchandises jusqu'au point de livraison convenu, donc il assume les coûts et les risques jusqu'à ce point sans avoir à décharger les marchandises au lieu désigné. Ce lieu n'est pas forcément le lieu de destination finale. Ce peut être par exemple le terminal d'arrivée.

Fiche Transport :

I. La tarification du fret

- Rappel d'équivalences : $1 \text{ m}^3 = 1000 \text{ dm}^3$; $1 \text{ tonne} = 10 \text{ quintaux} = 1000 \text{ kg}$
- Poids taxable en transport maritime :
 $1 \text{ UP} = 1 \text{ tonne réelle} = 1 \text{ m}^3$ Calcul à l'avantage du transporteur.
- Poids taxable en transport aérien :
 $1 \text{ kg taxable} = 1 \text{ kg réel} = 6 \text{ dm}^3$ Calcul à l'avantage du transporteur.
- Règle du payant pour : Lorsque les tarifs sont dégressifs (en aérien, c'est systématique ; fréquent en routier), la règle du « payant pour » est appliquée automatiquement, ce qui permet au client de bénéficier du meilleur tarif.

Règle du payant pour : on compare ce que le chargeur doit normalement payer compte tenu du poids taxable transporté à ce qu'il paierait si le colis pesait le minimum de poids taxable de la tranche de prix supérieur. On retient le tarif le moins élevé.

- Au coût du fret et des manutentions, s'ajoutent divers frais/taxes (exemples : taxe de sûreté, taxe risque de guerre, surcharge fuel, frais de congestion, émission des documents de transport...).

II. La comparaison des solutions transport

- Critères fondamentaux de comparaison de solutions transport :

L'empreinte carbone : bilan carbone : kg équivalent carbone par tonne transportée et par km parcouru

L'information CO₂ incombe à l'ensemble des professionnels qui commercialisent des prestations de transport pour le compte d'autrui, qu'elles aient été réalisées par eux-mêmes ou par des partenaires entreprises de transport ; aux entreprises de déménagement pour les prestations de déménagement ; à l'ensemble des acteurs économiques français et étrangers, publics ou privés, qui organisent des prestations de transport. Cela concerne les prestations ayant comme lieu d'expédition ou de destination un lieu en France.

Fiche Prestataires externes logistiques

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Nombreuses sont les entreprises qui recourent à des intermédiaires du transport pour organiser leurs expéditions internationales de marchandises compte tenu de leur complexité (nécessité récurrente d'utiliser plusieurs modes de transport, d'optimiser les coûts logistiques tout en sécurisant la chaîne logistique). La connaissance des différents prestataires, de leurs rôles et responsabilités permet de les choisir de façon pertinente et adaptée aux contraintes de l'expédition.

I. Les prestataires logistiques/Intermédiaires de transport et leur rôle

- PSL :

Le Prestataire de Services Logistiques est un acteur à qui des entreprises confient tout ou partie de leur chaîne logistique. Il propose des services plus ou moins étendus (gestion des transports, stockage, conseils en logistique...). Il n'est pas transporteur lui-même. C'est un intermédiaire entre le chargeur et les transporteurs.

- Transitaire (freight forwarder) :

Terme générique pour désigner l'intermédiaire qui gère, pour le compte du chargeur, le transport d'une marchandise lorsqu'elle doit rencontrer un ou plusieurs changements de transports successifs.

Thème 3 : Tarification export et achat import :

Fiche Tarification export :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Bien maîtriser les principes d'élaboration des tarifs export permet de proposer des prix d'offre fiables au client/prospect.

I. Règles de présentation du calcul d'un prix d'offre

Présentation sous forme de tableau : Les frais logistiques sont présentés dans l'ordre de leur survenance ; les calculs sont détaillés.

Exemple :

Frais/incoterms	Calculs (à détailler)	Si deux devises utilisées	
		Devise de départ (ex : EUR)	Devise d'arrivée (ex : USD)
Valeur marchandise		100 000	
+Emballage		1 000	
+Chargement, préacheminement		2 000	
+ Dédouanement export		100	
= FCA le Havre		103 100	
+ Manutention portuaire jusqu'à la mise à bord		500	
+ Transport principal		2 500	
= CPT Valparaiso		106 100	
+ Assurance transport		400	
= CIP Valparaiso		106 500	

Thème 4 : Douane et réglementation :

Fiche Douane :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : La réglementation douanière, en imposant des contrôles et des formalités à respecter lors de l'entrée ou de la sortie du territoire douanier de la marchandise, peut être appréhendée comme une obligation contraignante pour les entreprises exportatrices ou importatrices. Cependant les douanes jouent un rôle majeur dans la sécurisation et l'optimisation de la chaîne logistique. Chercher à tirer parti des divers procédures et régimes offerts aux entreprises contribue à leur compétitivité.

Introduction : 2 dédouanements sont nécessaires (export et import) pour toute opération commerciale avec une personne issue d'un pays tiers à l'UE.

I. Les régimes douaniers

1. Concept : Statut juridique que la marchandise recevra à l'issue de son dédouanement. C'est lui qui conditionne :

- si les droits et/ou taxes seront acquittés ou non
- si les contrôles du commerce extérieur seront normalement effectués ou pas.

6. Les régimes définitifs

Régime de l'exportation définitive : Sortie définitive de la marchandise du territoire douanier européen. À l'issue du dédouanement export, la marchandise devient internationale. Elle est exemptée du paiement de la TVA du pays de sortie à condition que l'exportateur prouve que la marchandise a quitté le territoire communautaire.

PS : Pour les échanges intra-communautaires, on ne parle pas d'exportation et d'importation, mais d'expédition/livraison et d'introduction/acquisition.

Fiche Prestataires externes Douane :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Selon leur degré de maîtrise de la compétence douanière, les entreprises peuvent décider de recourir à un prestataire externe dont le cœur de métier est de réaliser les dédouanements. Comme pour les PSL, le choix du prestataire Douane est crucial pour la sécurisation et l'optimisation de la chaîne logistique.

- Représentant en douane enregistré :

Personne enregistrée en tant que représentant en douane pour effectuer les formalités et actes douaniers en représentation directe (le représentant en douane agit au nom et pour le compte d'autrui. Seul le mandant – exportateur ou importateur - est responsable de la dette douanière en sa qualité de déclarant) ou indirecte (le représentant en douane agit en son nom propre, mais pour le compte d'autrui. Chargeur et RDE sont solidairement responsables de la dette douanière et fiscale). Le RDE doit être préalablement enregistré auprès des Douanes et remplir certaines conditions (absence d'infraction grave ou répétée, système de tenue des écritures approprié, compétence professionnelle). Il peut rendre ses services dans l'ensemble de l'UE.

NB : Les importateurs ou exportateurs peuvent aussi réaliser eux-mêmes les opérations de dédouanement : La déclaration en nom propre et pour compte propre :

Les importateurs ou exportateurs interviennent eux-mêmes ou par l'intermédiaire de leurs employés salariés. Ils sont donc, en qualité de déclarants, les seuls débiteurs de la dette douanière et fiscale au moment du dédouanement ou a posteriori

Thème 5 : Paiement et financement :

Fiche Paiement :

I. Les techniques de paiement

2. Technique du crédit documentaire (irrévocable et irrévocable et confirmé) : définition :

- a. Crédit documentaire irrévocable :

Ce crédit matérialise un engagement ferme et irrévocable de la banque émettrice (celle de l'acheteur). La banque s'engage, d'ordre et pour le compte de son client, l'acheteur, à régler le prix d'une marchandise contre la remise de documents prouvant l'exécution des obligations du bénéficiaire, dans un délai fixé par avance entre les parties. Le vendeur est donc certain d'encaisser le montant de sa facture contre la présentation à la banque de documents préalablement convenus, établissant la preuve de la bonne expédition des marchandises dans les délais convenus ou de la bonne exécution de la

prestation de service, sauf en cas de défaillance de la banque de l'acheteur ou de risque de non-transfert, que le motif soit politique, économique, ou catastrophique.

b. **Crédit documentaire irrévocable et confirmé :**

Il comporte l'engagement irrévocable, non seulement de la banque émettrice, mais aussi d'une banque du pays du vendeur (banque confirmatrice) de procurer au vendeur le règlement contre présentation des documents conformes aux exigences de l'acheteur dans le respect des délais imposés. Le crédit documentaire devient un instrument de garantie couvrant le fournisseur, non seulement contre le risque d'insolvabilité de son client, mais également contre le risque pays, et le risque de non-paiement de la banque émettrice.

Thème 6 : Risques et litiges :

Fiche change et risque de change :

Problématique générale/Enjeux (à étoffer le cas échéant au fur et à mesure) : Signer un contrat dans une autre devise que la sienne induit des coûts et des risques supplémentaires qu'il convient de gérer afin de ne pas entamer la rentabilité ou d'augmenter le coût de l'opération. Le risque de change peut aussi constituer une opportunité de gain dont l'entreprise peut chercher à tirer parti.

Introduction :

Concept de risque de change : risque qui pèse sur la valeur d'une devise par rapport à une autre du fait de la variation future du taux de change. Le risque de change existe si la monnaie choisie pour le règlement de l'opération internationale n'est pas l'euro, pour une entreprise française. Il correspond au décalage dans le temps entre le moment où le prix exprimé en devise est proposé, négocié, accepté et le/les date(s) de paiement.

Commission de change : Commissions bancaires occasionnées par l'achat/vente de devises.

En conclusion, des échanges avec les étudiants sur les avantages et inconvénients de vendre à l'étranger seraient pertinents.

Le travail sur ces deux premières mises en situation pourrait se poursuivre par une réflexion personnelle des étudiants suivie d'une mutualisation ayant pour objectif de penser/déterminer les spécificités liées aux opérations d'achat avec des entreprises issues des deux pays proposés.

De plus, des exercices d'application seraient judicieux pour ancrer les savoirs emblématiques et méthodes de calcul découverts.

II.- Soditrans : une mise en situation professionnelle en quatre temps

La mise en situation proposée se décompose en quatre activités qui permettent un développement progressif des compétences et des savoirs du référentiel au cours des trois premiers semestres de la formation (*voir tableau synoptique des savoirs associés page suivante*) et peuvent être entrecoupées d'exercices/mises en situation de consolidation des savoirs, de découverte ou centrés sur une thématique précise. Ce travail s'inscrit dans une approche pédagogique active qui met l'étudiant en situation de développer les compétences suivantes :

1. Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international
3. Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges
4. Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire
5. Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs
6. Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations

Les deux premières activités sont des activités de type « découverte » et sont nécessairement positionnées en début du cycle de formation.

- **Activité 1 : L'environnement international d'une entreprise** : éléments de complexité, acteurs, approche transport-logistique (*début de formation*).
- **Activité 2 : Mise en œuvre des opérations internationales à l'import** : première approche des conditions commerciales à l'import : gestion documentaire, analyse simple des modalités d'une commande : prix d'offre FCA, virement Swift, expédition conteneurisée... (*courant du semestre 1*).

Les activités 3 et 4, recentrées sur des thématiques, nécessitent la mise en œuvre de compétences de niveau 2 (intermédiaire/appropriation) et 3 (confirmé/approfondissement) et peuvent être abordées en semestres 2 et 3.

- **Activité 3 : Responsabilité juridique du transporteur et procédures douanières** : gestion d'un incident et proposition de procédures et régimes douaniers adaptés à l'entreprise (*courant du semestre 2*).
- **Activité 4 : Mise en œuvre des opérations d'exportation** : détermination d'un prix d'offre CPT, choix d'un mode d'expédition (LCL ou FCL), couverture du risque de transport, choix et mise en œuvre d'un mode de paiement documentaire (*courant du semestre 3*).

Chaque activité est accompagnée d'informations contextuelles utiles sur l'entreprise, de documents professionnels didactisés et de fiches ressources. Ces dernières permettent aux étudiants d'appréhender les savoirs thématiques nécessaires. Si ces fiches peuvent être traitées par les étudiants en autonomie, le professeur pourra apporter toute l'expertise nécessaire pour leur bonne appropriation (ex : au moment de la lecture des fiches, en introduction à l'activité, en introduction à la question...).

Des remédiations de l'enseignant peuvent être envisagées en cours d'activité, selon le degré d'autonomie des étudiants.

À l'issue de chaque activité, une synthèse des notions sera proposée en co-construction avec les étudiants, sous des formes variées (schéma heuristique, organigramme, tableau...).

Tableau synoptique des savoirs associés à chaque activité

SAVOIRS ASSOCIES	ACTIVITÉ 1 <i>(niveau 1)</i>	ACTIVITÉ 2 <i>(niveau 1)</i>	ACTIVITÉ 3 <i>(niveau 2)</i>	ACTIVITÉ 4 <i>(niveau 3)</i>
Introduction à la MOI	<ul style="list-style-type: none"> acteurs internes et externes des opérations import/export champs d'intervention 			
Contrat d'achat/vente international		<ul style="list-style-type: none"> principales clauses du contrat d'achat éléments d'une offre portée juridique de l'offre 	<ul style="list-style-type: none"> mise en œuvre de la responsabilité du fournisseur 	
Incoterms		<ul style="list-style-type: none"> rôle et typologie groupe F, FCA 	<ul style="list-style-type: none"> partage des risques en FCA 	<ul style="list-style-type: none"> groupe C, CPT/CIP obligation d'assurance
Prestations de services pour la réalisation des opérations du CI	<ul style="list-style-type: none"> statut du commissionnaire de transport fonctions et responsabilité intérêts de la sous-traitance logistique 		<ul style="list-style-type: none"> mise en œuvre de la responsabilité du transitaire 	<ul style="list-style-type: none"> cahier des charges du transitaire relation contractuelle
Chaîne documentaire		<ul style="list-style-type: none"> étapes de la commande composantes de la chaîne documentaire 		
Logistique et transport international	<ul style="list-style-type: none"> modes de transport et d'expédition transport multimodal et concept de rupture de charge contraintes et risques du transport international critères de choix d'un mode transport (coût sécurité, délai) 	<ul style="list-style-type: none"> documents de transport particularités du connaissance maritime 	<ul style="list-style-type: none"> convention internationale du transport maritime 	<ul style="list-style-type: none"> tarification du transport maritime en FCL et LCL critères de choix d'une solution transport
Procédures et outils de gestion des opérations		<ul style="list-style-type: none"> processus d'administration des achats 		
Fiscalité et douane	<ul style="list-style-type: none"> contraintes douanières 		<ul style="list-style-type: none"> procédures de dédouanement 	

	(règlementations, formalités)		<ul style="list-style-type: none"> • avantages du dédouanement à domicile • concept de régime douanier • régime de l'entrepôt douanier 	
Paiements internationaux	<ul style="list-style-type: none"> • risque de non-paiement • risque de change • contraintes de trésorerie 	<ul style="list-style-type: none"> • instruments de paiement à l'international • virement SWIFT 	•	<ul style="list-style-type: none"> • encaissements documentaires • credoc : mise en œuvre et suivi documentaire
Gestion des risques			<ul style="list-style-type: none"> • gestion des retards de livraison 	<ul style="list-style-type: none"> • assurance transport : principes et intérêts • gestion du sinistre • indemnisation
Achat international		<ul style="list-style-type: none"> • comparaison des offres des fournisseurs • critères de choix • indicateurs de performance 	•	•
Suivi des opérations et reporting			<ul style="list-style-type: none"> • chronologie des opérations • gestion des incidents 	•

Contexte

L'entreprise SODITRANS, installée à Troyes (Aube), est le premier fabricant français d'éléments de transmission (chaînes et pignons) utilisés pour la fabrication de chariots élévateurs, d'escaliers mécaniques, de machines de convoyage de charges (tapis roulants). Elle propose une gamme complète de produits standards ou « sur mesure », parfaitement adaptée à l'ensemble des besoins de sa clientèle composée exclusivement de professionnels de différents secteurs industriels (agroalimentaire, BTP, cimenteries, papeteries, etc.) dont quelques grands noms de l'industrie : Airbus, EDF, Mercedes, Renault...

Sa réussite repose essentiellement sur une politique de qualité et d'innovation volontariste : (premier chaînier au monde certifié ISO 9001, l'entreprise SODITRANS consacre 2 % de son chiffre d'affaires à la recherche et au développement de nouveaux produits) et une politique commerciale tournée vers l'international : 40 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'export vers 90 pays et une présence à l'étranger à travers un vaste réseau de 240 distributeurs et agents (200 en Europe et 40 hors Europe essentiellement en Afrique, au Moyen-Orient et en Amérique latine).

L'entreprise SODITRANS exerce à la fois une activité de fabrication sur le site industriel de Troyes, et de négoce. Pour son activité de fabrication, l'entreprise SODITRANS a besoin de composants spécifiques (rouleaux) qu'elle achète auprès de fournisseurs majoritairement asiatiques.

Pour son activité de négoce, elle achète régulièrement des éléments de transmission (chaînes et pignons) destinés à être revendus à ses clients français et étrangers. Conformément à sa politique qualité, l'ensemble de ses approvisionnements fait l'objet d'un contrôle de qualité assuré par des organismes indépendants de contrôle, type SGS, Veritas...

L'équilibre de sa trésorerie repose sur une facturation clients au comptant et sur des délais de paiement fournisseurs négociés à trente jours date de livraison ou d'expédition, ce qui lui permet aussi de réceptionner et de contrôler la marchandise avant règlement.

Vous effectuez un premier stage à la Direction Supply Chain de l'entreprise.

Activité 1 : L'environnement international d'une entreprise

Objectif : *Comprendre les enjeux de la Mise en œuvre des Opérations Internationales :*

- Appréhender l'environnement international de l'entreprise
- Identifier les différents acteurs, parties prenantes des opérations internationales, et leurs champs d'intervention
- Repérer les éléments de complexité, les contraintes et les risques des opérations internationales de l'entreprise

Liens possibles avec le bloc de compétences 1 – RCI :

- *Gérer la relation commerciale internationale :* repérer l'ensemble des relations commerciales nécessaires aux opérations d'importation et d'exportation avec les partenaires privés et publics de l'entreprise
- *Assurer la coordination des services :* repérer l'ensemble des relations de coordination avec les services et entités de l'entreprise

Liens possibles avec le bloc de compétences 3 - DCI :

- *Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise :* identifier les besoins d'informations de nature logistique, réglementaire et financière afin de mesurer les risques et contraintes qui pèsent sur l'organisation des opérations internationales de l'entreprise.

Afin de mieux appréhender l'environnement des activités internationales de l'entreprise et **à partir de la présentation des activités de l'entreprise et des fiches ressources**, votre responsable vous demande de :

1. Identifier les acteurs internes et externes nécessaires à la réalisation de ses opérations à l'international ainsi que leur champ d'intervention.
2. Repérer les contraintes et les risques (logistiques, réglementaires et financiers) liés à l'ensemble des activités internationales de l'entreprise.
3. Recenser les modes de transport possibles pour l'importation de l'ensemble de chaînes et pièces détachées en analysant les avantages et inconvénients de chacun.
4. Préciser le rôle et la responsabilité du commissionnaire de transport et conclure sur l'intérêt pour l'entreprise de le solliciter.

Fiches ressources :

1. Les opérations de la chaîne logistique internationale ; schéma présentant :
 - L'ensemble des opérations de la chaîne transport-logistique internationale depuis les locaux de l'expéditeur jusqu'à ceux du destinataire :
 - contrôle, emballage, marquage, palettisation
 - préacheminement
 - entreposage au lieu d'embarquement
 - manutention et passage portuaire (aéroportuaire) aux lieux de chargement et déchargement
 - transport principal
 - entreposage au lieu de déchargement
 - post-acheminement
 - Les acteurs de la chaîne transport-logistique internationale
 - différents transporteurs chargés du préacheminement, transport principal, post-acheminement
 - transitaire
 - douanes
 - sociétés de contrôle
 - sociétés de manutention (handlers)
 - compagnies d'assurance
2. La Supply Chain
 - définition
 - relation clients/fournisseurs : gestion des livraisons et des approvisionnements
 - place dans l'entreprise
 - outils : EDI, PGI, tracing, CRM/SRM
3. Les modes de transport à l'international
 - le choix d'une solution transport : contraintes et critères de choix
 - les types de contrat
 - les cinq modes de transport et le transport par conteneurs
 - le transport multimodal
4. Les transitaires
 - fonctions, spécificités et zones d'action
 - statuts juridiques et responsabilités

- famille d'acteurs
- le contrat de commission de transport

Attendus :

1. Acteurs internes :

- *direction Supply Chain*
- *service achats*
- *service logistique*
- *service financier.*

Acteurs externes :

- *clients B2B France et international (40% CA)*
- *240 distributeurs et agents à l'international*
- *fournisseurs asiatiques*
- *transitaire et transporteurs*
- *douanes et RDE*
- *banque*
- *organismes de contrôle des marchandises.*

2. Contraintes et risques :

- *logistiques et transport (emballage, modes de transport, rupture de charge, délais et conformité de livraison, contrôle qualité, incoterms)*
- *devises (risque de change)*
- *douanières (réglementation et déclarations)*
- *financières (risques de non-paiement, trésorerie).*

3. Solutions transport :

- *différents modes de transport et transport multimodal*
- *modes d'expédition (FCL/LCL)*
- *contraintes liées à la destination et au type de marchandises*
- *critères de choix.*

4. Commissionnaire de transport :

- *fonctions et spécialisations*
- *statut juridique : obligation de résultat et causes d'exonération, responsabilité des fautes des sous-traitants*
- *interlocuteur unique*
- *présence mondiale et réseaux de correspondants.*

Activité 2 : Mise en œuvre des opérations internationales à l'import

Compétences mises en œuvre :

1. **Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international** - (niveau 1 - découverte)
4. **Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire** - (niveau 1 - découverte)
5. **Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs** - (niveau 1 - découverte)

Liens possibles avec le bloc de compétences 1 – RCI :

- *Collecter et exploiter les données des fournisseurs* : à partir des offres des fournisseurs chinois et indien et des partenaires (transitaire, banque, douanes, organismes de contrôle)
- *Partager l'information commerciale* : échanges documentaires avec l'ensemble des partenaires
- *Assurer la coordination des services* : lors de la gestion documentaire des opérations d'importation
- *Évaluer la performance commerciale et financière* : analyse des offres des fournisseurs chinois et indien et des prestataires de services (transitaire, banque)

Liens possibles avec le bloc de compétences 3 - DCI :

- *Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise* : identifier les informations utiles de nature logistique, réglementaire et financière afin de mettre en œuvre les opérations d'importation.

Contexte :

Le Service Achats passe habituellement commande auprès d'un fournisseur chinois situé à Qingdao (*conditions en annexe 1*). Le taux de produits défectueux est trop élevé et SODITRANS a décidé de tester un nouveau fournisseur indien. Il a donc fait une demande d'offre pour un ensemble de chaînes et rouleaux à TPV India et a reçu le 20 janvier 2020, une facture proforma (*annexe 3*) pour plusieurs milliers d'articles de ce type. Cette marchandise sera contrôlée avant embarquement et expédiée par voie maritime du port de Chennai jusqu'à l'usine de Troyes, via Le Havre (*document de transport en annexe 4*) où elle sera dédouanée (*annexe 2*).

Votre responsable vous confie **l'étude du dossier** (*annexes 1 à 4*) et vous demande d'analyser de manière précise cette offre au regard des conditions habituelles du fournisseur chinois ; vous devez :

6. Lister les démarches et documents nécessaires pour la réalisation de cette opération.
7. Relever les conditions proposées par TPV India et analyser les conséquences pour l'entreprise.
8. Comparer les conditions des deux fournisseurs et conseiller la meilleure solution pour l'entreprise.
9. Proposer d'autres indicateurs de mesure de leur performance.

Fiches ressources

1. La gestion documentaire import/export
 - les différentes phases de la commande
 - la liasse documentaire (nom, rôle de chaque document, émetteurs, destinataires)
 - les documents commerciaux : facture proforma et facture commerciale
 - les documents de transport et les particularités du connaissement maritime
 - les documents douaniers

2. Les incoterms
 - rôle et typologie
 - les groupes E et F

3. Les instruments de paiement à l'international
 - le virement SWIFT

Annexe 1 : Conditions habituelles d'achat auprès du fournisseur chinois

- Facturation en USD avec délai de paiement à 30 jours date d'expédition.
- Délai de livraison 15 jours à partir de la commande.
- Marchandises conteneurisées en groupage.
- Inspection à l'arrivée au Havre à la charge de l'importateur.
- « Incoterm » FCA Qingdao.

Annexe 2 : Informations douanières pour les produits importés d'Inde


Extrait du **Référentiel Intégré Tarifaire Automatisé (RITA)**

Nomenclature douanière	Marchandises	Type	Origine	Droit de douane	TVA normale
73 15 19 00 00	Parties de chaînes à maillons articulés	200 – taux de droit SPG sans conditions, ni limites	Inde (IN)	0 %	20 %
73 15 11 90 00	Chaînes à rouleaux	200 – taux de droit SPG sans conditions, ni limites	Inde (IN)	0 %	20 %

Annexe 3 : Facture proforma de TVP INDIA

Proforma INVOICE

EXPORTER TVP INDIA Taj Mahal Avenue, Chennai - 600 053, INDIA		DATE 19 jan-2020	EXPORTER'S REF I.E Code: 0508910233
		OFFER NO: 51618133-	
CONSIGNEE SODITRANS 115 Avenue du général Patton F-10000 TROYES France		BUYER (if other than consignee) : 	
		COUNTRY OF ORIGIN OF GOODS INDIA	COUNTRY OF ORIGIN OF FINAL DESTINATION France
PRE-CARRIAGE BY LORRY	PLACE OF RECEIPT CHENNAÏ	TERMS OF DELIVERY AND PAYMENT Delivery time: 8 days from order Shipping: FCA CHENNAÏ ICC 2020	
VESSEL/FLIGHT N°	PORT OF LOADING CHENNAÏ, INDIA	Payment: SWIFT TRANSFER 40 days from the date of B/L on board to be made through ICICI BANK LTD, CHENNAÏ, INDIA	
PORT OF DISCHARGE	FINAL DESTINATION		

LE HAVRE, France	TROYES, France				
MARKS & NOS/ CONTAINER NO	NO & KIND OF PKS	DESCRIPTION OF GOODS	QUANTITY	RATE	AMOUNT
			Number	USD	USD
BMOU 223977-9	24 CASES CHAINS & SPARES (1 x 20 FCL)	ROLLER ASA 98 08 C	18 000	0,30	5 400,00
		ROLLER ASA 1788/15	35 000	0,57	19 950,00
		SOLID ROLLER AISI	39 500	0,35	13 825,00
		BF 6 25 LEAF CHAIN 40 MTR	2	414,26	828,52
		BF 6 33 LEAF CHAIN 50 MTR	16	255,37	4 085,92
		TOTAL QUANTITY	92 518		
AMOUNT CHARGEABLE					
Euro forty-four thousand eighty nine and forty-for cents only					44
Net weight: 12 560 kg					
Gross weight: 13 320 kg					
				TOTAL	089,44
			For TVP INDIA		
			 A. AKRATHI Sr Officer Distribution & Logistics		

Attendus :

1. Démarches et documents :

- demande d'offre
- analyse de la facture proforma
- commande (bon de commande ou proforma acceptée)
- contact transitaire et expédition (demande de cotation, liste de colisage, bordereau d'instructions, connaissance maritime)
- dédouanement et paiement des droits et taxes éventuels (DAU, certificat d'origine)
- certificat d'inspection avant embarquement
- relations banque (paiement, change).

2. Conditions TPV India :

- incoterm FCA Chennai : prise en charge des marchandises à Chennai et organisation du transport jusqu'à destination
- délai de livraison 8 jours à partir de la commande : bonne réactivité du fournisseur
- virement SWIFT à 40 jours date d'expédition : permet de couvrir le temps de transport
- règlement en USD : risque de change
- expédition en conteneur FCL 20 pieds (24 colis) : marchandise sécurisée
- inspection avant embarquement : garantie de conformité

3. Tableau comparatif TPV India et fournisseur chinois :

Fournisseur chinois	Fournisseur indien	Avantages
Facturation en USD	Facturation en USD	Idem
Délai de paiement à 30 jours date d'expédition	Virement à 40 jours date d'expédition	gain de 10 jours de trésorerie avec le fournisseur indien
Inspection à l'arrivée au Havre à notre charge et taux élevé de produit défectueux	Inspection avant embarquement	Fournisseur indien
Expédition conteneurisée en groupage	Expédition en conteneur 20'	Expédition indienne plus sécurisée

Le fournisseur indien peut permettre d'améliorer la qualité des approvisionnements.

4. Indicateurs de performance :

- prix, conditions de paiement, remises, devise ;
- livraison: incoterm, transport et respect des délais, réactivité ;
- conformité des livraisons, qualité et spécifications techniques, prestations proposées et service après-vente ;
- volumes et pérennité des approvisionnements.

Activité 3 : Responsabilité juridique du transporteur et procédures douanières

Compétences mises en œuvre :

1. *Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international - (niveau 2 – intermédiaire/appropriation)*
3. *Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges - (niveau 2 – intermédiaire/appropriation)*
4. *Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire - (niveau 2 – intermédiaire/appropriation)*
6. *Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations - (niveau 2 – intermédiaire/appropriation)*

Liens possibles avec le bloc de compétences 1 – RCI :

- *Exploiter les données fournisseurs* : exploitation des informations commerciales fournies par le fournisseur indien (confirmation de commande, expédition) et du transitaire (connaissance maritime, information du retard à l'arrivée).
- *Gérer la relation commerciale internationale et communiquer en français et en anglais dans des contextes interculturels* : échanges avec le fournisseur (négociation du délai de paiement) et le transitaire (gestion des incidents et organisation des opérations de post-acheminement).

Liens possibles avec le bloc de compétences 3 - DCI :

- *Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise* : identifier les informations de nature réglementaire et les sources utiles afin de mettre en œuvre les opérations douanières d'importation.

Contexte :

Le Service Achats a accepté la proposition du fournisseur TPV India (*annexe 1*) et confirmé la commande le 20 mars 2020. La compagnie maritime chargée d'assurer le transport entre Chennai et Le Havre a établi le 9 avril le connaissance maritime concernant cette commande (*annexe 2*) ; l'arrivée au Havre de celle-ci est prévue le 11 mai. L'arrivée effective est constatée le 21 mai. Le post-acheminement, le délai de dédouanement et la mise en entrepôt à l'arrivée nécessitent 4 jours.

Dans le cadre du suivi de cette commande, le responsable des achats vous demande, **à partir du dossier TPV India et de l'étude des fiches ressources**, de :

1. Présenter de façon chronologique les différentes étapes de cette opération.
2. Analyser les conséquences du retard du bateau à l'arrivée au Havre sur la date d'échéance de paiement et proposer une solution pour éviter ces conséquences.
3. Envisager la possibilité de mettre en jeu, d'une part, la responsabilité du fournisseur, et d'autre part celle du transitaire, pour ce retard.

SODITRANS centralise l'ensemble de ses opérations import dans le bureau de douane le plus proche de ses locaux et stocke les marchandises importées dans ses entrepôts, parfois pendant plusieurs semaines, jusqu'à la revente sur ses différents marchés. **En vous aidant des fiches ressources**, vous devez :

4. Présenter les modalités de simplification des procédures douanières et proposer un régime douanier adapté à l'activité de l'entreprise en montrant les avantages pour l'entreprise.


Fiches ressources :

1. La convention internationale de Bruxelles (extraits)
 - les fonctions du connaissement maritime
 - la responsabilité du transporteur
2. Les procédures douanières
 - les procédures de droit commun et les procédures simplifiées
 - le dédouanement à domicile
 - le dédouanement centralisé
3. Les régimes douaniers
 - les régimes communs
 - les régimes particuliers



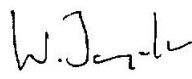
Annexe 1. Facture proforma de TVP INDIA

Proforma INVOICE

EXPORTER TVP INDIA Taj Mahal Avenue, Chennai - 600 053, INDIA		DATE 19 jan-2020	EXPORTER'S REF I.E Code: 0508910233	
		OFFER NO: 51618133-		
CONSIGNEE SODITRANS 115 Avenue du général Patton F-10000 TROYES France		BUYER (if other than consignee) : 		
		COUNTRY OF ORIGIN OF GOODS INDIA	COUNTRY OF ORIGIN OF FINAL DESTINATION France	
PRE-CARRIAGE BY LORRY	PLACE OF RECEIPT CHENNAÏ	TERMS OF DELIVERY AND PAYMENT Delivery time: 8 days from order Shipping: FCA CHENNAÏ ICC 2020		
VESSEL/FLIGHT N°	PORT OF LOADING CHENNAÏ, INDIA	Payment: SWIFT TRANSFER 40 days from the date of B/L on board to be made through ICICI BANK LTD, CHENNAÏ, INDIA		

PORT OF DISCHARGE	FINAL DESTINATION				
LE HAVRE, France	TROYES, France				
MARKS & NOS/ CONTAINER NO	NO & KIND OF PKS	DESCRIPTION OF GOODS	QUANTITY RATE AMOUNT		
			<i>Number</i>	<i>USD</i>	<i>USD</i>
BMOU 223977-9	24 CASES CHAINS & SPARES (1 x 20 FCL)	ROLLER ASA 98 08 C	18 000	0,30	5 400,00
		ROLLER ASA 1788/15	35 000	0,57	19 950,00
		SOLID ROLLER AISI	39 500	0,35	13 825,00
		BF 6 25 LEAF CHAIN 40 MTR	2	414,26	828,52
		BF 6 33 LEAF CHAIN 50 MTR	16	255,37	4 085,92
		TOTAL QUANTITY	92 518		
AMOUNT CHARGEABLE					
Euro forty-four thousand eighty nine and forty-for cents only			TOTAL 44 089,44		
Net weight: 12 560 kg			For TVP INDIA		
Gross weight: 13 320 kg			 A. AKRATHI		
			Sr Officer Distribution & Logistics		

Annexe 2.- Connaissance maritime pour le transport de la marchandise

BILL OF LADING		Number MCHE0412106097	
Consignor / Shipper TPV India Taj Mahal Avenue Chennai - 600 053, INDIA		Shipment reference No. <div style="text-align: center;">  <p>M+R Logistics (India) Private Ltd. (Formerly known as PL SHIPPING & LOGISTICS PVT. LTD.) 56/57, 3rd Floor, Rajaji Salai, Chennai - 600 001. Tel. : +91 - 44 - 3988 1515 Fax : +91 - 44 - 3077 1410</p> <p style="border: 1px solid black; display: inline-block; padding: 2px;">Reg. No. : MTO / DGS / 307 / 2003</p> </div>	
Consignee (or Order) TO ORDER		Taken in charge in place of receipt for transport and deliv. MTO in accordance perform or to procu. place at which the delivery and assum.  otherwise stated. The MTD undertakes to transport from the place designated for One of the MTD(s) in exchange for the goods in witness whereof the original MTD(s) and date have been signed in the number indicated below one of which being accomplished the other(s) to be void.	
Notify address SODITRANS 115 avenue du général Patton F-10 000 TROYES FRANCE			
Place of Acceptance CHENNAI	Port of Loading CHENNAI, INDIA		
Port of Discharge LE HAVRE	Place of Delivery LE HAVRE, FRANCE	Date of Period of delivery	Modes / means of transport WAN HAI 262 997
Container No(s) BMOU2239779/20GP/0256952	Marks and Numbers LE HAVRE	Number of packages, kinds of Packages, general description of goods SAID TO CONTAIN 24 CASES CHAINS & SPARES INV.NO: 51618133 DT:26.03.2012 SB.NO:8222982 DT:28.03.2012 FCL/FCL FREIGHT COLLECT	Gross Weight SAID TO WEIGHT / MEASURE Gross Weight 13320.000 KGS Net Weight 12560.000 KGS
Shipped on Board For M+M Logistics (India) 9th April 2020			
ORIGINAL			
Particulars above furnished by Consignee / Consignor			
Freight Amount To-Collect	Freight Payable at Destination	Number of Original MTD(s) 3 (THREE ONLY)	Place and date of Issue CHENNAI 19th April 2020
for Delivery Contact :		for M+R LOGISTICS (INDIA) PVT. LTD. <div style="text-align: center;">  Authorised Signatory </div>	

Attendus :

1. Chronologie :

- offre indienne : 19 janvier 2020
- confirmation de commande : 20 mars
- expédition (B/L) : 9 avril
- échéance de paiement : 19 mai
- date prévue d'arrivée du navire : 11 mai
- date effective d'arrivée du navire : 21 mai
- date de mise en entrepôt : 25 mai

2. Conséquence du retard :

Le paiement doit intervenir avant l'arrivée des marchandises, ce qui entraîne des conséquences négatives sur la trésorerie de l'entreprise et pose le problème du contrôle de la conformité des marchandises par l'entreprise (au-delà du contrôle effectué avant embarquement).

On peut envisager une négociation commerciale avec le fournisseur pour reporter l'échéance de paiement.

3. Responsabilité du retard :

- fournisseur : responsabilité non engagée car vente FCA Chennai ;
- transitaire et compagnie maritime : responsabilité pour retard non engagée selon les conventions internationales du transport maritime si « retard raisonnable » et sauf si délai précisé dans le contrat de transport.

4. Procédures de dédouanement à domicile et procédure simplifiée sur convention avec les douanes et déclarations à l'aide du système Delta.

- pas de passage par le bureau de douane ;
- réalisation des opérations de dédouanement dans les locaux de l'entreprise ;
- autorisation à l'importation de procéder au déchargement 24 h sur 24;
- possibilité de bénéficier d'un crédit d'enlèvement à l'import ;
- accélération des délais de mise à disposition de la marchandise.

Régime de l'entrepôt douanier à l'importation :

- avantage en termes de trésorerie : suspension des droits et des taxes durant toute la durée du stockage, paiement au fur et à mesure des sorties d'entrepôt ;
- durée illimitée de l'entreposage ;
- SODITRANS pourra, dans le cadre de son activité de revente (chaînes), réexporter ou mettre à la consommation les marchandises sur le marché intérieur
- possibilité d'utiliser des entrepôts privés pour l'entreposage.

Activité 4 : Mise en œuvre des opérations d'exportation

Compétences mises en œuvre

1. *Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international - (niveau 3 – confirmé/approfondissement)*
4. *Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire - (niveau 3 – confirmé/approfondissement)*
5. *Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs - (niveau 3 – confirmé/approfondissement)*
6. *Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opérations - (niveau 3 – confirmé/approfondissement)*

Liens possibles avec le bloc de compétences 1 – RCI :

- *Collecter les données clients* : informations commerciales à fournir au transitaire pour lui permettre d'organiser l'expédition et gérer la relation avec lui (choix d'un mode d'expédition).
- *Gérer la relation commerciale internationale et communiquer en français et en anglais dans des contextes interculturels* : échanges avec le client algérien (proposition d'assurance transport et relations dans le cadre de la mise en œuvre du crédit documentaire).

Liens possibles avec le bloc de compétences 3 - DCI :

- *Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise* : repérer et analyser les risques du marché algérien.

Contexte :

Le 11/01/2020, l'agent commercial de SODITRANS, chargé du Maghreb, a transmis au service export une demande d'offre d'un prospect, l'entreprise GEDAID, située en zone industrielle de El Hadjar (Algérie), pour un ensemble de chaînes. Afin d'établir une offre CPT Port d'Annaba, selon les souhaits de ce client, vous avez obtenu du service logistique les informations techniques et les modalités de l'expédition (*annexes 1 et 2*) ; vous contactez ensuite la SNCM, votre transitaire habituel sur le Maghreb, en lui demandant, pour l'expédition concernée, une double cotation en LCL et FCL (*cf. annexe 3*).

Le responsable du service export vous demande de l'assister dans le traitement de cette demande et le suivi de l'opération. Pour cela, vous devez, **à partir des annexes et des fiches ressources** :

1. Recenser les informations indispensables à communiquer au transitaire afin de lui permettre d'établir la cotation.
2. Comparer le coût logistique global et par caisse pour les deux solutions LCL et FCL et proposer la meilleure solution pour SODITRANS.
3. Étudier l'opportunité de proposer à votre client une assurance transport afin de lui offrir un service plus complet, en présentant des arguments quantitatifs et qualitatifs.

Après négociation et prise en compte des coûts logistiques et d'assurance, GEDAID accepte une offre CIP Annaba de 46 500 euros. SODITRANS souhaite garantir le paiement de cette transaction par la mise en place d'un crédit documentaire (*annexes 4 et 5*).

4. Présenter l'intérêt et les conséquences pour SODITRANS du recours au crédit documentaire et calculer son coût pour l'entreprise.

5. Repérer les anomalies de la lettre de crédit et présenter les démarches nécessaires pour y remédier.

Fiches ressources :

1. Les incoterms
 - groupes C et D
 - ventes au départ/à l'arrivée
 - obligation d'assurance
2. La cotation du transport maritime
 - règles de tarification du transport en LCL et FCL
 - éléments de calcul du fret de base par le transitaire
 - surcharges BAF, CAF
 - autres frais facturés : empotage, THC, taxes ISPS, document de transport...
3. L'assurance « Ad Valorem »
 - justification de l'assurance (limites de responsabilité du transporteur)
 - complément d'indemnisation
 - procédure d'indemnisation
4. Le crédit documentaire
 - principe de l'encaissement documentaire et garanties apportées
 - mise en œuvre du crédit documentaire
 - points de contrôle et démarches à adopter

Annexe 1.- Étude du service logistique : expédition de la commande GEDAID à El Hadjar en LCL

Code produit	Désignation	Quantité	PU net HT EUR
CA1NO8B000	Chaîne pas 12.7 simple 08B1	480	21,40
CA1N16B000	Chaîne pas 25.4 simple 16B1	480	39,70
CA1N24B000	Chaîne pas 38.1 simple 24B1	120	123,80

Les marchandises sont emballées dans 12 « caisses palettes » en bois de dimensions 120 x 80 x 60 cm, facturées au prix unitaire de 32 EUR.

Les « caisses palettes » sont gerbables.

Le poids brut de l'expédition est de 7 727 kg.



« Caisse palette » en bois (120 x 80 x 60 cm)

Source : www.webmarchand.com

Annexe 2.- Caractéristiques d'un conteneur 20 pieds Standard

Dimensions intérieures en m :

- longueur : 5,867
- largeur : 2,33
- hauteur : 2,35

Charge utile : 21 tonnes

Volume utile : 30 m³

Nombre de « caisses palettes » chargées au plancher dans le conteneur : 11

Annexe 3.- Courriel reçu de la SNCM le 13/01/2020

Veillez trouver ci-joint notre offre tarifaire pour votre expédition CPT Annaba :

3. Expédition en LCL jusqu'à CPT Annaba :

- fret de base : 425 EUR
- surcharge BAF : + 5 %
- surcharge CAF : + 2 % sur fret de base
- préacheminement Troyes-Marseille : 1 025 EUR
- frais de connaissance (B/L) : 25 EUR
- charge ISPS : 15 EUR
- THC à Marseille : 400 EUR

4. Expédition en FCL jusqu'à CPT Annaba :

- empotage : 60 EUR
- positionnement et traction du plein Troyes-Marseille : 745 EUR
- location du conteneur : 390 EUR
- forfait à la boîte (all-in) : 1 200 EUR
- forfait THC à Marseille : 450 EUR
- frais de connaissance (B/L) : 25 EUR
- charge ISPS : 15 EUR

Départ hebdomadaire

Transit time : 2 jours

Validité : 30 mai 2020

Annexe 4.- Courrier de notification d'ouverture du crédit documentaire

LCL

Direction des services bancaires

136 Cours Lafayette

69 489 LYON CEDEX 03

SODITRANS

115 Avenue du général Patton

10 000 TROYES

Lyon, le 15/02/2020

Objet : ouverture de CREDOC en v/faveur n° 215CDI602CD97881

Messieurs,

Notre correspondant nous informe de l'ouverture en votre faveur du crédit documentaire irrévocable cité en objet.

Veillez trouver ci-joint copie du message swift.

Ce crédit est valable à nos caisses, pour paiement selon les clauses de remboursement fixées dans le crédit.

Nous confirmons le crédit et nous engageons à honorer votre paiement si les documents sont en conformité avec les termes et conditions du crédit.

Frais et commissions selon les tarifs ci-dessous :

- commission de notification : 1 ‰ (minimum de 97,00 EUR)
- commission de confirmation : 1,10% (minimum de 200,00 EUR)
- commission de modification : forfait de 94 EUR
- commission de levée des documents : 1,5 ‰ (minimum de 128,00 EUR)
- commission de négociation : 1,5 ‰ (minimum de 128,00 EUR)
- commission pour documents non conformes : forfait de 100 EUR
-

Au cas où vous ne seriez pas d'accord avec les conditions du crédit ou si vous estimez qu'il vous est impossible de respecter l'une ou l'autre des conditions, veuillez demander à votre acheteur de faire apporter les modifications nécessaires.

Ce crédit est soumis aux règles et usances uniformes relatives aux crédits documentaires de la Chambre de Commerce Internationale en vigueur au moment de l'ouverture.

Veillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

LCL – Le Crédit Lyonnais

Annexe 5.- Extrait du message d'ouverture du crédit documentaire

MT 700

200212

FROM:

CREDIT POPULAIRE D'ALGERIE
5 RUE MAITRE ALI BOUMENDJEL
EL DJAZAIR ALGERIE

FORM OF DOCUMENTARY CREDIT

40A: IRREVOCABLE

DOCUMENTARY CREDIT NUMBER

20: 215CDI602CD97881

DATE AND PLACE OF EXPIRY

31D: 200412 FRANCE

APPLICANT

50: EURL GEDAID

ZONE INDUSTRIELLE

EL ADJAR ALGERIE

BENEFICIARY

59: SODITRANS

115 AVENUE DU GENERAL PATTON

10003 TROYES FRANCE

CURRENCY CODE, AMOUNT,

32B: 46500,00 EUR

AVAILABLE WITH

41D:CREDIT LYONNAIS SA

7 RUE CHARLES PARADINAS

CLICHY LA GARENNE FRANCE

DEFERRED PAYMENT DETAILS

42P: 60 DAYS AFTER SHIPMENT

PORT OF LOADING

44E: EUROPEAN PORT

PORT OF DISCHARGE

44F: ANNABA PORT

LATEST DATE OF SHIPMENT

44C: 200312

DESCRIPTION OF GOODS

45A: INDUSTRIAL LEAF CHAINS ACCORDING TO PROFORMA INVOICE N°452569874 FROM 200112

COMMERCIAL TERMS

CPT ANNABA PORT, INCOTERMS ICC 2020

DOCUMENTS REQUIRED

46A:

+ DETAILED, ORIGINAL, DULY STAMPED AND SIGNED BY THE BENEFICIARY, DATED COMMERCIAL INVOICE IN 5 COPIES

+ 2/3 ORIGINAL CLEAN ON BOARD BILLS OF LADING, MADE OUT TO ORDER OF CREDIT POPULAIRE D'ALGERIE MARKED FREIGHT COLLECT

+ EUR1 CERTIFICATE IN 3 COPIES

+ EXA DOCUMENT IN 2 COPIES

+PACKING LIST IN 4 COPIES

+ ORIGINAL INSPECTION CERTIFICATE ISSUED BY SGS OR BUREAU VERITAS

+ 2 QUALITY CERTIFICATES DELIVERED BY A BENEFICIARY'S INDEPENDENT ORGANISM

+ 2 CERTIFICATES OF FRENCH ORIGIN CERTIFIED BY THE CCI OF THE EXPORT COUNTRY

.../...

CONFIRMATION INSTRUCTIONS

49C: CONFIRM

71B: ALL DOCUMENTARY CREDIT CHARGES OUTSIDE ALGERIA FOR THE BENEFICIARY

PRESENTATION PERIOD

48: DOCUMENTS MUST BE PRESENTED 15 DAYS AFTER THE DATE OF SHIPMENT BUT WITHIN THE DATE OF VALIDITY

.../...

Attendus :

1. Informations au transitaire :

- objet de l'expédition : exportation de chaînes en Algérie dans 12 caisses palettes en bois:
120 x 80 x 60 cm
poids : 7 727 kg
- lieu d'enlèvement : usine à Troyes
- modalités d'expédition : groupage en LCL
- lieu de destination : port d'Annaba
- Incoterm : CPT Annaba
- coordonnées du destinataire : entreprise GEDA, ZI El Hadjar (Algérie)
- mode de transport : transport maritime depuis Port de Marseille
- mode de paiement : crédit documentaire irrévocable et confirmé

2. Calculs du coût logistique des deux solutions à partir des données de la SNCM.

Expédition en LCL :

- 11 palettes de 120 cm x 80 cm x 60 cm au plancher dans un conteneur 20'
- hauteur du conteneur 2,35 m : on peut superposer 3 couches de caisses palettes, soit 33 caisses (les caisses palettes sont gerbables).
- vérification de la limite du poids utile de 21 000 kg
poids d'une caisse palette : $7\,727\text{ kg} / 12 = 643,91\text{ kg}$
nombre maxi de caisses palettes : $21\,000 / 643,91 = 32,61$, donc 32 caisses .

L'entreprise SODITRANS placera donc 32 caisses palettes dans le conteneur 20 pieds.

Rubriques	Coût de l'expédition (euros)	
	LCL	FCL
Emballage(caisses palettes)	12 caisses x 32 = 384,00	32 caisses x 32 = 1 024,00
Préacheminement Troyes-Marseille	1 025,00	745,00
THC Marseille	400,00	450,00
Frais de B/L	25,00	25,00
ISPS charge	15,00	15,00
Empotage		60,00
Location du conteneur		390,00
Fret	425,00	All-in : 1 200,00
BAF (5 % fret de base)	21,25	
CAF (2 % fret de base)	8,50	

TOTAL	2 303,75	3 909,00
TOTAL UNITAIRE	2 304,16 / 12 = 191,98	3 909 / 32 = 122,15

Conclusion :

- *le recours au conteneur complet permet de réduire les frais logistiques unitaires (environ 70 euros par caisse) et donc de proposer un prix de vente plus compétitif*
- *la fréquence des expéditions est réduite et les envois plus sécurisés (pas de rupture de charge)*

3. Arguments en faveur de l'assurance transport :

- *risques importants en transport maritime : manutentions portuaires au port d'arrivée, insécurité sur les zones portuaires, risque de vol....*
- *valeur de la marchandise non couverte en cas de sinistre (indemnisation par le transporteur sur la base des conventions internationales, cas d'exonération de responsabilité du transporteur)*
- *gestion du dossier d'assurance facilitée et délai de remboursement rapides*
- *première relation d'affaire, donc volonté de mettre en confiance l'acheteur*

4. Intérêt et conséquences du crédit documentaire :

- *sécurité de recevoir le paiement dans les délais prévus à condition que les documents remis soient conformes à l'accréditif*
- *couverture des risques politique et commercial*
- *obligations spécifiques : rassembler la liasse documentaire, vérifier les documents respecter les délais*
- *calcul du coût :*

		EUR
Commission de notification	1 ‰ x 46 500 = 46,50 <i>Le minimum s'applique</i>	97,00
Commission de confirmation	1,1 ‰ x 46 500	511,50
Commission de modification		94,00
Commission de levée de documents	1,5 ‰ x 46 500 = 69,75 <i>Le minimum s'applique</i>	128,00
TOTAL PRÉVISIBLE HT		830,50

5. Anomalies :

- *incoterm (45A) : CPT Annaba au lieu de CIP Annaba*
- *ville de l'acheteur mal orthographiée (50) : El Adjar au lieu de El Hadjar*
- *mentions sur le connaissance (46A) : « Freight collect » au lieu de « Freight prepaid » avec un incoterm CPT ou un CIP*

Démarches :

Le vendeur doit recourir à la procédure d'amendement. Il doit contacter l'acheteur, donneur d'ordre, afin de modifier les termes du crédit documentaire auprès de la banque émettrice qui émettra un avenant au crédit documentaire.

Annexe III : Bloc 3, Participer au développement commercial international

I.- Melvita

La mise en situation ci-dessous peut être proposée au début de la première année. Elle permet d'aborder les notions selon une approche inductive centrée sur les compétences.

Origine du cas : L'idée du cas Melvita vient d'un travail d'étudiant en Études et Veille des Marchés Étrangers. L'entreprise Melvita lui avait servi de support d'étude pour réaliser différents travaux. Le contexte est rédigé à partir d'informations publiques librement accessibles sur internet : site de l'entreprise, articles de presse (LSA, la Tribune...).

La situation de développement commercial international proposée est fictive. Le questionnement, à partir de 3 missions, permet d'aborder plusieurs compétences qui seront développées tout au long de la formation dans une logique spiralaire.

Les compétences abordées :

Trois compétences sont concernées par la situation :

- **Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise** : *Identifier les besoins d'information, Identifier et évaluer les sources d'information, rechercher et sélectionner l'information.*
- **Analyser et synthétiser les informations sur un marché cible** : *Analyser les données sur un marché cible et déterminer les principales tendances, Repérer les opportunités, les contraintes et risques du marché cible.*
- **Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise** : *Contribuer à l'étude faisabilité*

Trois fiches ressources (voir exemple) doivent permettre aux étudiants de prendre connaissances des savoirs nécessaires à la réalisation des activités. Chaque fiche peut faire l'objet de compléments selon les notions. Pour la réalisation de cette mise en situation, les étudiants doivent avoir accès à l'outil informatique pour effectuer des recherches d'informations.

Chaque mission doit faire l'objet d'une correction avant de passer à la suivante.

En début d'année, un travail en îlots est envisageable pour permettre l'acquisition de soft skill comme : prendre la parole, justifier ses propos, écouter, débattre, coopérer.

1.1.- Contexte

Melvita est une marque française de cosmétiques bio créée en 1983 par Bernard Chevilliat, apiculteur et biologiste.

Née en Ardèche, au cœur d'une région sauvage à la nature préservée, Melvita (de « mel » pour miel et « vita » pour vie en latin) valorise la richesse des cultures locales et le remarquable savoir-faire de ses partenaires, experts agronomes et producteurs. Privilégiant les sourcings locaux pour les matières premières intégrées dans ses soins, ce pionnier de la cosmétique bio, développe également des filières d'approvisionnement équitables dans le monde, au Maroc par exemple pour la fleur d'oranger et l'huile d'argan bio.

Certifiés bio par Ecocert dans le respect du référentiel très strict de la charte Cosmébio, les produits de soin et d'hygiène Melvita doivent contenir au moins 95 % d'ingrédients d'origine naturelle, et au moins 95 % d'ingrédients végétaux issus de l'Agriculture Biologique sur le total des ingrédients végétaux. Mais parce que la santé est au cœur de la démarche de la marque, elle va régulièrement plus loin que les exigences du référentiel. De même, en vertu des dispositions de la charte Cosmébio, Melvita exclut

certaines conservateurs comme les parabènes, le phénoxyéthanol et le méthylisothiazolinone, ainsi que les filtres solaires chimiques, les silicones, les huiles minérales, les sels d'aluminium et les colorants synthétiques. Enfin, Melvita suit un principe de précaution en retirant de ses formules certains ingrédients polémiques, cependant autorisés en cosmétique biologique (comme la pierre d'alun, ou certains tensioactifs potentiellement irritants).

Aujourd'hui, la marque compte plus de 180 soins de beauté bio et 10 brevets déposés. Reconnue, en 2015, n°1 en notoriété parmi les marques bio en France, Melvita démontre chaque jour son engagement et son expertise à créer des soins bio de qualité. Sa mission : accompagner les femmes dans le choix d'une beauté plus saine, plus responsable et plus engagée, et sans compromis entre sécurité, plaisir et efficacité.

Depuis son rachat par L'Occitane en 2009, la marque s'est fortement développée. Le groupe lui a permis de croître à l'international, en particulier en Asie où elle compte 36 boutiques au Japon, 11 à Hong Kong, 10 à Taïwan et 5 en Malaisie, soit 62 boutiques.

Ces implantations dans cette partie du monde viennent compléter une présence déjà bien affirmée en Europe : Espagne, Italie, Portugal, Belgique, Royaume-Uni, Irlande ou encore Pays-Bas. Confortée, ces dernières années, par une forte progression de ses ventes, l'entreprise a décidé de conquérir de nouveaux marchés étrangers. Elle souhaite poursuivre le développement de ses exportations. Elle hésite entre trois cibles : la Norvège, le Canada et la Chine. Trois pays desquels Melvita a déjà reçu de demande d'information, des commandes isolées par l'intermédiaire du site internet. En revanche l'entreprise n'est pas présente physiquement dans ces 3 pays.

Vous effectuez un stage au service export de chez Melvita.

Dans le cadre de ce stage, le directeur export, Monsieur Vadon, vous confie comme mission de mener une première approche de ces trois cibles potentielles pour l'aider à prendre sa décision.

Mission 1 : Une approche globale (fiches ressources 1 et 2)

1. Expliquer l'importance de s'informer sur les pays avant de prendre la décision de créer un courant d'affaires.
2. Identifier les trois pays sur la carte en annexe et caractériser leur situation géographique par rapport à la France.
3. Rechercher les liens spécifiques de ces trois pays avec la France et/ou l'Union Européenne.
4. Préciser si des conflits géopolitiques concernent ces trois États.

Mission 2 : Organiser sa recherche d'information (fiche ressource 3)

Pour affiner son choix, Monsieur Vadon vous demande d'aller plus loin dans la qualification des trois pays.

5. Repérer les besoins nécessaires en information pour permettre à l'entreprise d'avoir un premier avis sur le potentiel de ces trois pays. Organiser ces informations.
6. Proposer des outils à utiliser pour rechercher ces informations.
7. Relever des exemples de sources qui permettent d'obtenir les informations pour la prise de décision.
8. Proposer des critères qui permettent de justifier la qualité de vos sources d'information.

Mission 3 : Le choix du pays (fiches ressources 1 et 3)

9. Donner 6 exemples d'informations qui permettent de se faire une première idée de l'intérêt de chaque pays.
10. Présenter ces informations de façon à faciliter la comparaison des trois pays.
11. Rédiger vos conclusions personnelles sur le sujet.

Fiches ressources à mettre à dispositions des étudiants :

1. La démarche marketing
2. La géopolitique
3. La recherche d'information (voir exemple)

Attendus :

Mission 1 :

1. Rapprochement avec la démarche marketing qui prend appui sur l'analyse de l'environnement pour prendre des décisions. Risques de perte de temps, d'argent, manquer des opportunités...
2. L'objet est de permettre aux étudiants de visualiser 3 zones du globe et d'avoir des notions de distance entre ces pays. Aborder éventuellement l'aspect climatique et ses effets sur
3. Leurs recherches (ou analyse d'annexe) doivent leur permettre d'aborder les liens qui peuvent exister entre des pays : L'Espace Economique Européen (entre l'UE et la Norvège) ; Le CETA (UE-Canada) ; La Chine, des échanges commerciaux, mais sans accords commerciaux (accord sur les investissements, accord sur la reconnaissance des IGP...).
4. L'objectif est de faire aborder le cas de la Chine et les conflits géopolitiques avec les Etats-Unis ; les problèmes liés aux droits de l'Homme... et les tensions que ça entraîne dans les échanges. Rien à signaler pour le Canada et la Norvège.

Mission 2 :

5. Les étudiants doivent proposer des informations générales sur un pays pour mesurer un début de potentiel sans entrer dans le détail d'une étude de marché. Nombre d'habitants, indicateurs macro-économiques (PIB, taux de chômage, inflation, croissance...), les échanges commerciaux, régime politique, les infrastructures (port, aéroport, réseau autoroutier...). C'est également l'occasion de commencer à faire comprendre que le besoin en information est aussi lié à l'activité de l'entreprise : pour les cosmétiques bio : Proportion Homme/Femme, pyramide des âges, le climat, la tendance bio... Il s'agit ici de les amener à classer les informations par thème dans un souci d'efficacité de traitement et d'éviter le catalogue « anarchique » de données. Un classement selon la méthode PESTEL peut être proposé.
6. L'occasion d'aborder les outils de recherche : moteur de recherche, méta-moteur. On insiste sur le monopole de Google et ses « risques ». Suivant le niveau des réponses on peut aller sur les outils de veille : flux RSS par exemple.
7. Il va y avoir des réponses très différentes. C'est l'occasion d'aborder la diversité, la multiplication des sources d'informations grâce à internet, mais également les risques que cela représente : sélection, fiabilité, récence, ... Des sources comme celles citées en annexe dans le Guide d'accompagnement pédagogique permettent d'avoir une base de travail intéressante.
8. Un lien évident avec la question précédente. Les critères : Fiabilité, récence, pertinence, précision, disponibilité.

Mission 3 :

9. Beaucoup de possibilités. On peut recentrer sur quelques indicateurs incontournables : Population, PIB, Taux de chômage, croissance, importation... l'intérêt de vérifier la cohérence des choix pour estimer un potentiel.
10. La présentation en tableau est à privilégier (type matrice de sélection simple). C'est une première approche vers des modèles plus complexe.
11. Inciter les étudiants à se forger une première idée et de la justifier par des éléments concrets.

Le concept d'information

Définition : L'information est considérée comme « un renseignement qui améliore notre connaissance sur un sujet quelconque. »

ROMAGNI, (Patrick) et WILD, (Valérie) : « L'intelligence économique au service de l'entreprise »

L'entreprise n'est pas seule sur son marché. Elle évolue dans un environnement complexe auquel elle doit s'adapter, si possible l'anticiper, parfois l'influencer pour assurer la pérennité de son activité. Pour cela elle a besoin d'information sur une multitude de domaines : le consommateur, les concurrents, le secteur d'activité, la politique, l'économie, la technologie...

L'information constitue la matière première de la prise de décision dans l'entreprise.

Par exemple : Avant d'envisager d'exporter son produit dans un nouveau pays, l'entreprise doit s'informer sur les taxes douanières en vigueur dans ce pays pour fixer son prix de vente.

Caractéristiques de l'information

Une information peut être caractérisée à partir de plusieurs critères :

➡ **La forme de l'information** : Une information peut être textuelle, alphanumérique, numérique, visuelle, sonore, vidéo...

➡ **La nature de l'information** : Il faut distinguer l'information :

Nature	Définition	Exemples
Quantitative	C'est une donnée chiffrée qui permet de quantifier un phénomène. Exprime le « Combien »	- Nombre d'habitants d'un pays - Le PIB d'un pays - Chiffre d'affaires d'une entreprise - Un taux d'évolution
Qualitative	C'est une donnée non chiffrée qui permet de préciser, approfondir, expliquer un phénomène. Exprime le « Pourquoi » et « Comment »	- Explication du régime politique d'un état - Motivation d'achat pour un produit - Description d'une caractéristique culturelle d'un pays

➡ **Le statut de l'information** : Une information peut être :

- **Formelle**, c'est-à-dire officielle, fiable, il n'y a aucun doute à avoir sur son exactitude (*exemple : le solde de la balance commerciale de la France publié par les Douanes*) / **informelle**, c'est quand l'information n'est pas officielle, la source n'est pas clairement identifiable et/ou fiable (*exemple : un commercial a entendu par hasard, en passant près d'un stand d'exposant lors d'un salon, qu'un concurrent devrait sortir un nouveau produit dans quelque temps*).
- **Blanche**, accessible librement, sans contrainte et sans difficulté (*la superficie d'un pays*) / **Grise**, plus difficile d'accès, l'information est payante ou demande une démarche particulière comme une inscription (*une étude de marché réalisée par un organisme et disponible sur internet en payant*) / **Noire**, dans ce cas l'information n'est normalement pas accessible, son usage est protégé, confidentiel et limité à un nombre restreint de personnes identifiées (*le projet de lancement d'un nouveau produit d'une entreprise*).

Les sources d'information

Les sources d'information sont multiples et variées.

Typologie des sources :

Type de source	Caractéristiques	Exemples
<i>Primaire</i>	L'information n'existe pas, il faut la créer pour un besoin et un objectif précis.	Une étude pays commandée par une entreprise pour son projet d'implantation.
<i>Secondaire</i>	L'information existe déjà, elle a été créée dans le cadre d'un projet différent.	La publication d'un article sur un pays publié dans le magazine LE MOCI.
<i>Interne</i>	L'information se trouve dans l'entreprise.	Une base de données, un rapport...
<i>Externe</i>	L'information provient de l'extérieur de l'entreprise.	Statistiques de l'INSEE.

Les outils de recherche

Grâce à internet les outils se sont largement multipliés depuis le début des années 2000 aussi bien au niveau de la collecte de l'information que de sa diffusion dans l'entreprise. C'est particulièrement vrai pour les outils de recherche de l'information sur internet, qui ne cessent de se diversifier et d'évoluer très rapidement. On peut classer les outils en deux catégories en fonction de leur utilisation :

Les outils « pull » : L'information est « *tirée* », c'est-à-dire recherchée et extraite par l'utilisateur : Dans cette catégorie on trouve : les moteurs de recherches (Google, Ecosia, Bing...), métamoteurs (Dogpile, Duck Duck Go...), annuaires, blogs, FAQ...

Les outils « Push » : L'information est « *poussée* » vers l'utilisateur grâce à des outils programmés dans le cadre d'une recherche : les flux RSS avec un agrégateur de flux (Netvibes ou Feedly), les services d'alertes (Google Alertes), ou encore l'inscription à une newsletter.

Les qualités de l'information

L'accès facile à l'information ne doit pas pour autant faire oublier les critères de qualité auxquels elle doit répondre :

Critères de qualité	Définitions
<i>Pertinence</i>	L'information doit répondre de manière précise au besoin d'information.
<i>Fiabilité</i>	L'exactitude de l'information doit pouvoir être vérifiée. Les sites en « .gouv.fr » sont officiels et donc fiables.
<i>Récence</i>	Une information doit être datée. La récence dépend du type de donnée et de son caractère évolutif. La superficie d'un pays n'évolue pas (ou très rarement), son PIB, oui.
<i>Accessibilité</i>	L'accessibilité peut être appréhendée de différentes manières : son coût, sa forme (fichier PDF, Word...), sa présentation (design d'un site internet).

Le processus de recherche d'information

On peut distinguer 5 étapes dans la démarche de recherche d'information :



*L'utilisation de la méthode QQOQCCP (Qui, Quoi, Où, Quand, Comment, Combien, Pourquoi) permet de définir le cadre précis de la recherche d'information.

II.- Bob Carlton

2.1.- Contexte

Le cas Bob Carlton est inspiré d'un dossier réalisé par un groupe d'étudiants dans le cadre d'une précédente mise en situation professionnelle (CCF) en Études et Veille des Marchés Étrangers. Cette entreprise « commanditaire » a été approchée par le groupe de travail lors du Salon « Made In France » 2019.

Cette « jeune » entreprise leur a donné l'opportunité de réaliser un certain nombre de travaux, tout au long du deuxième semestre de leur formation.

Le contexte est rédigé à partir d'informations publiques librement accessibles. Le site web de l'entreprise notamment a été largement exploité.

La situation de développement commercial international proposée aujourd'hui est fictive, mais largement inspirée des objectifs qu'avait fixé Bob Carlton au groupe d'étudiants concernés.

Le questionnement, à partir de 4 missions, permet d'aborder plusieurs compétences qui seront développées tout au long de la formation dans une logique spiralaire.

2.2.- Place dans la progression

La mise en situation ci-dessous peut être proposée au milieu de la première année. Elle permet d'aborder les notions selon une approche inductive centrée sur les compétences.

2.3.- Les compétences abordées :

3 compétences du BLOC 3 DCI sont concernées par cette mise en situation.

-
- **Analyser et synthétiser les informations sur un marché cible** : Analyser les données sur un marché cible et déterminer les principales tendances ; Repérer les opportunités, les contraintes et risques du marché cible ; Synthétiser l'information
 - **Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise** : Contribuer à l'étude de faisabilité ; Proposer des adaptations de l'offre
 - **Participer à la prospection commerciale** : Mobiliser les dispositifs de soutien ; Identifier les cibles ; Mettre en œuvre des actions ; évaluer et suivre les actions

NB : Les sous-compétences non soulignées peuvent être davantage abordées au troisième semestre de formation en année 2, dans une logique spiralaire.

2.4.- Les ressources nécessaires

Des fiches ressources doivent permettre aux étudiants de prendre connaissance des savoirs nécessaires à la réalisation des activités. Chaque fiche peut faire l'objet de compléments selon les notions.

L'enseignant (e) peut demander également aux étudiants de constituer eux-mêmes certaines « fiches ressources », via la recherche documentaire et/ou web.

Pour la réalisation de cette mise en situation, les étudiants doivent donc avoir accès à l'outil informatique pour effectuer des recherches d'informations et pour utiliser des outils numériques adaptés au travail collaboratif notamment...

2.5.- Les stratégies pédagogiques

Chaque mission doit faire l'objet d'une correction avant de passer à la suivante, pour s'assurer du degré d'acquisition des compétences et pour éventuellement procéder à des remédiations. On peut donc envisager de poser plusieurs « dead lines » avec les étudiants pour construire progressivement les compétences visées.

En effet, en milieu de première année, un travail en mode projet est envisageable pour permettre également l'acquisition de « soft-skills » importants comme : Répartir les tâches, s'organiser, planifier, communiquer, rendre compte à l'écrit et/ou à l'oral.

On voit tout à fait l'intérêt ici pour l'enseignant (e) de constituer des groupes de travail (notamment si un diagnostic de positionnement a pu être effectué en début d'année avec chaque nouvel arrivant (e) dans la section CI) dans l'idée de créer des synergies, de mixer les ressources humaines et de valoriser l'ensemble des profils.

Au troisième semestre, on pourra reprendre cette mise en situation pour construire les sous-compétences non soulignées plus haut, davantage envisagées en année 2.

Les étudiant (e) s auront bénéficié d'au moins une période de stage à l'étranger et pourront mettre à profit leur expérience pour aborder certaines sous-compétences et pour confirmer les sous-compétences construites en première année.

Des liens peuvent être effectués avec l'enseignement de CEJM (thèmes 2 et 6) et avec le BLOC 1 RCI (Sous compétence « Proposer une solution adaptée » notamment...).

BOB CARLTON

Lancée en 2017 par un designer-entrepreneur cannois de 32 ans, la marque Bob Carlton s'inspire « de la belle époque de la Côte d'Azur ».

Ce créateur a constaté au cours de ses voyages que le marché des accessoires de mode (maroquinerie / bagagerie) était cantonné soit à une offre bas de gamme soit à un luxe ostentatoire, avec des produits le plus souvent déclinés dans des coloris sombres et tristes.

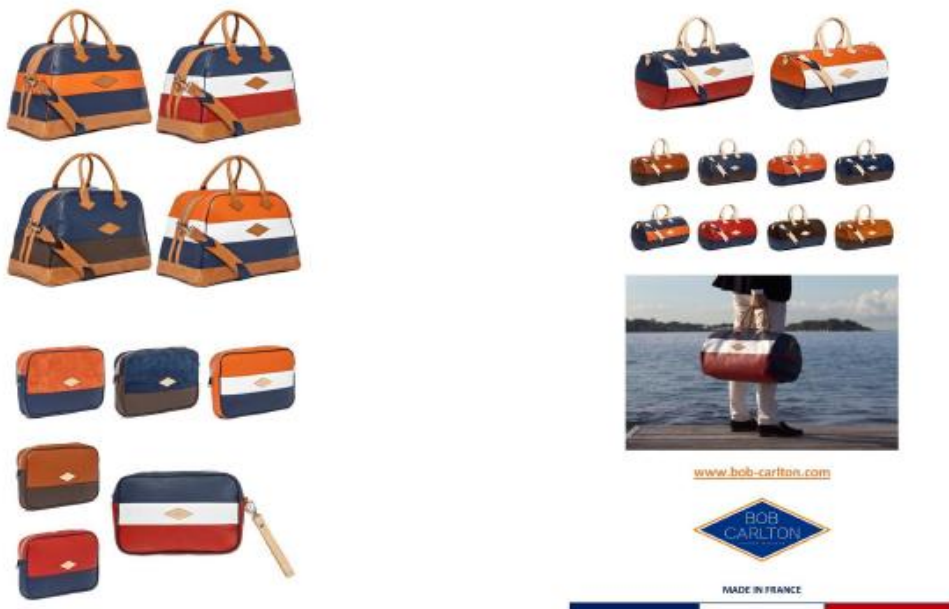
Il décide alors de lancer un sac de voyage élégant et coloré, alliant un savoir-faire français à des matériaux de haute qualité afin « d'offrir une expérience unique ».

Sa petite entreprise est aujourd'hui spécialisée dans la confection et la commercialisation de sacs de voyages et de pochettes en cuir. Dans l'atelier de fabrication, situé entre Nice et Cannes, on travaille à partir de matériaux de haute qualité, rigoureusement sélectionnés : velours et cuir grainé italien, cuir de vache naturel français traité selon un processus de tannage végétal, finitions métalliques (boucleries) fabriquées en Italie.

Son positionnement est axé sur le luxe à la française, les années 60, les codes des stars de cinéma de cette époque, la nostalgie d'une époque où la Côte d'Azur était la destination estivale privilégiée du monde entier. Un seul mot d'ordre : « L'élégance décontractée ».

L'entreprise qui a, par ailleurs, eu l'opportunité de confectionner des sacs de voyage personnalisés pour le compte d'un Grand Hôtel de luxe de la Côte d'Azur, possède un site web vitrine et marchand, disponible en anglais. Les clients peuvent notamment régler leur commande via le paiement sécurisé en ligne. Les délais de livraison peuvent varier entre 48h (via Colissimo ou Chronopost) et 5 jours (en point relais). Les prix y sont indiqués en euros TTC. Les pochettes sont facturées 250€ en moyenne, les sacs de voyage entre 550€ et 750€ selon le format.

A noter qu'elle vient juste de développer une gamme de sacs en toile (Cabas) dont le prix moyen se situe autour de 250€, toujours « Made In France ».



L'entreprise commercialise ses produits dans quelques grands hôtels de luxe (Paris et Côte d'Azur), elle dispose également depuis peu d'un point de vente à Monaco et vend ponctuellement ses produits dans des boutiques éphémères (Pop-Up stores).

Pour se faire connaître, elle mise sur le bouche à oreille, les webzines spécialisées (« Monaco Tribune »), les blogs (« Chic Riviera »), sur la collaboration avec des établissements prestigieux (Yatch Club de Monaco, Hôtel du Cap Eden Roc...) et sur quelques rares participations à des salons (« Made In France »)

L'entrepreneur se pose la question de son développement international et veut en mesurer concrètement les enjeux. En effet, il reste pour l'instant entrepreneur indépendant et opère globalement seul. Sa production est limitée. Il fait souvent appel à des stagiaires pour les aspects commerciaux.

Il s'intéresse néanmoins à certains marchés européens, notamment la Suède et l'Espagne. Il croit beaucoup au potentiel de ses produits. Il n'a malheureusement pas le temps de collecter les informations utiles sur ces marchés, il s'interroge également sur la faisabilité de son projet.

En tant que stagiaire assistant-export, il vous confie les missions suivantes :

Mission 1 : L'approche pays (fiches ressources 1 et 2)

1. Récolter des données pays actualisées concernant la Suède et l'Espagne à l'aide de sources d'informations accessibles en ligne.
2. Sélectionner des informations pertinentes qui vous permettront de comparer le macro environnement de ces deux pays.
3. Proposer une matrice de sélection qui permettra au dirigeant de l'entreprise de se faire une idée de l'intérêt de chaque pays cible.
4. Quel pays lui conseilleriez-vous ? Argumenter.

Mission 2 : L'approche marché (fiche ressource 3)

5. Quelles sources d'informations pouvez-vous utiliser pour récolter des informations sur le micro environnement du marché que vous avez sélectionné ?
6. Récolter des données sur les principales tendances en matière d'offre et demande sur le marché que vous avez sélectionné.
7. Repérer les principales opportunités et les principaux risques que l'entreprise pourrait rencontrer sur ce marché cible.
8. Apporter votre conclusion quant au potentiel de ce marché cible.

Mission 3 : La faisabilité du projet

1. À l'aide des informations fournies dans le cas, repérez les forces et les faiblesses de l'entreprise
2. Quelles informations vont vous manquer pour compléter ce diagnostic ?
3. Comment pourriez-vous les obtenir ?
4. Rédiger vos conclusions quant à la faisabilité de ce projet export.

Mission 4 : Le cadrage de la prospection (fiche ressource 4)

1. Identifier les risques et contraintes liés au lancement d'une opération de prospection pour cette entreprise ?
2. Recenser les dispositifs de soutien actuels que l'entreprise pourrait solliciter pour l'accompagner dans sa démarche de prospection.
3. Dans votre marché cible, identifier des cibles de prospection (grandes catégories) qui vous semblent pertinentes pour l'entreprise.
4. D'après-vous, comment prendre contact avec ces cibles ?

Fiches ressources à mettre à disposition des étudiants :

4. La recherche d'information en ligne
5. Les matrices de sélection pays
6. La structure de l'analyse de marché
7. Identifier et qualifier des cibles de prospection

RESSOURCE 1 : LA RECHERCHE D'INFORMATION EN LIGNE

1) Voici un tableau qui peut vous aider à vous y retrouver dans votre recherche web :

Adresse du site web	Source de l'information	Titre et auteur	Date de publication ou de MAJ	Cheminement qui vous y a conduit (moteur de recherche, mots clés ou expressions utilisés, protocoles d'interrogation)

2) À lire pour aller plus loin sur la méthodologie de recherche web :

Méthodologie « DEBUSQUER » :

<https://www.francenum.gouv.fr/comprendre-le-numerique/comment-apprendre-rechercher-de-linformation-sur-internet>

Protocoles d'interrogation :

<https://sites.univ-lyon2.fr/lettres/zdoc-varia/MemoRechercheWeb.pdf>

RESSOURCE 2 : LES MATRICES DE SÉLECTION

Concept :

Lorsqu'une entreprise veut exporter et que se pose le problème du choix entre différents pays, elle peut décider de procéder à une comparaison rigoureuse des possibilités offertes.

Après avoir récolté des données pays par exemple, l'entreprise peut utiliser un outil d'aide à la décision appelé « matrice de sélection ».

En choisissant des critères d'analyse qui lui semble pertinents, elle pourra ainsi comparer de manière rationnelle deux ou plusieurs pays visés.

Méthodologie :

L'entreprise va établir un tableau comparatif. En amont, elle doit donc :

- 1) Déterminer des critères pertinents de comparaison en fonction du contexte (ligne)
- 2) Déterminer une échelle de notation de ces critères
- 3) Attribuer une note à chaque critère retenu (colonne)
- 4) Au besoin, attribuer des coefficients à ces notes brutes, en fonction des priorités hiérarchisées par l'entreprise (colonne supplémentaire)
- 5) Rajouter autant de colonnes que de pays étudié.

Exemple :

MATRICE DE SÉLECTION DES MARCHÉS							
Critères	Pondération (coeff. 1 à 5)	PAYS A		PAYS B		PAYS C	
		Notes (de 1 à 7)	Notes pondérées	Notes	Notes pondérées	Notes	Notes pondérées
Accessibilité du marché							
Proximité géographique	2	2	4	4	8	7	14
Infrastructure transport	4	4	16	2	8	5	20
Facteurs socioculturels	4	2	8	3	12	4	16
Facteurs juridiques et administratifs	3	3	9	4	12	5	15
Potentialité du marché							
Évolution de la demande	5	3	15	2	10	4	20
Image des produits français	3	3	9	4	12	5	15
Ouverture internationale du marché	4	2	8	4	16	6	24
Concurrence locale et internationale	5	2	10	5	25	3	15
Sécurité du marché							
Sécurité des transactions	3	3	9	4	12	5	15
Retards de paiement	3	2	6	4	12	4	12
Sécurité des investissements	4	3	12	4	16	5	20
Score final			106		143		186

<https://issuu.com/ci-seine-et-marne/docs/mo1974-ccip-bd/20>

Mission 1 : L'approche pays (fiches ressources 1 et 2)

1. Récoltez des données pays actualisées concernant la Suède et l'Espagne à l'aide de sources d'informations accessibles en ligne.
L'idée ici est de récolter des informations sur des sources accessibles et gratuites, en utilisant une méthodologie et non en « butinant » l'information disponible sur le Web. La fiche ressource 1 peut aider les groupes de travail à acquérir des réflexes plus professionnels en matière de recherche d'intégrité d'une source d'une part et en matière de formalisation de protocoles d'interrogation d'autre part.
Les informations récoltées peuvent être analysées afin de les classer ainsi : Caractéristiques pays en terme d'accessibilité (barrières tarifaires, non tarifaires, contraintes géographiques/climatiques, infrastructures de transport, accessibilité culturelle), en terme de potentialité (on peut ici utiliser la méthode PESTEL) et en terme de risque (utilisation des notations COFACE notamment)
2. Sélectionnez des informations pertinentes qui vous permettront de comparer le macro environnement de ces deux pays.
Les étudiant(e)s doivent proposer des informations générales sur les pays pour mesurer leur potentiel sans entrer dans le détail d'une étude de marché. Les informations récoltées plus haut seront nombreuses, il s'agit maintenant de sélectionner les plus significatives dans une logique de sélection des marchés, il y a donc une réflexion attendue en matière de critères importants pour l'entreprise concernée (quels sont-ils? quels est leur poids respectif?) et donc il est particulièrement important de bien contextualiser en fonction de la nature de l'entreprise.
3. Proposez une matrice de sélection qui permettra au dirigeant de l'entreprise de se faire une idée de l'intérêt de chaque pays cible.
Les étudiant(e)s devront ici s'inspirer de la fiche ressource 2 pour proposer un tableau comparatif personnalisé qui va leur permettre de prendre une décision quant au choix du pays. NB: La proposition de pondération est à valoriser dans ce travail.
La démarche de hiérarchisation des critères en fonction du contexte d'entreprise est en effet très structurante.
4. Quel pays lui conseilleriez-vous ? Argumentez.
Il s'agit ici d'inciter les groupes de travail à se forger une idée forte et à la justifier par des éléments concrets, mis en évidence par la matrice utilisée en amont.
Au niveau des soft-skills ici, on peut développer la thématique de l'argumentation : Qu'est-ce qu'un argument ? Comment le construit-on ? Quelle est la différence avec une opinion ?

Mission 2 : L'approche marché (fiche ressource 3)

1. Quelles sources d'informations pouvez-vous utiliser pour récolter des informations sur le micro environnement du marché que vous avez sélectionné ?
Plusieurs possibilités à recenser avec les étudiant(e), cf. annexe Bloc 3 « Exemples d'organismes incontournables ».
La difficulté ici est d'arriver à récolter une information pertinente (niveau de concurrence, produits de substitution, nouveaux entrants, etc.), on peut s'aider du schéma des « 5 Forces » de Michael PORTER pour les aider à structurer leur réponse.

2. Récoltez des données sur les principales tendances en matière d'offre et demande sur le marché que vous avez sélectionné.
A ce stade de l'année, on ne demande pas aux groupes de travail de proposer une analyse de marché structurée, on peut en revanche leur demander de repérer les principales tendances en matière d'offre (marché en valeur, niveau de concurrence, acteurs de l'offre nationaux/internationaux, positionnement des offreurs, et si possible marketing mix proposés...) et en matière de demande (volume de consommation, évolution, et si possible principales tendances qualitatives...)
NB: Il sera utile de compléter et de structurer davantage cette réponse en fin de première année ou en deuxième année, dans une logique spiralaire d'acquisition des compétences.
3. Repérez les principales opportunités et les principaux risques que l'entreprise pourrait rencontrer sur ce marché cible.
On ne demande pas aux étudiants d'établir un diagnostic externe, juste un repérage des principales opportunités et risques/menaces ou contraintes liées au pays en lui-même (cf. mission 1) et liées aux grandes tendances de marché repérées à la question précédente.
NB: On peut profiter ici de ce travail pour clarifier la nuance entre « risques/menaces » et « contraintes ».
4. Concluez quant au potentiel de ce marché cible.
Cette conclusion doit s'appuyer sur des éléments concrets que les groupes de travail auront sélectionnés pour appuyer leur argumentation.
NB: Les arguments doivent être issus d'une réflexion collective. Ce qui permettra de développer les compétences orales, le débat.

Mission 3 : La faisabilité du projet

1. A l'aide des informations fournies dans le cas, repérez les forces et les faiblesses de l'entreprise
Il s'agit ici d'une première approche d'un diagnostic interne, on peut donc se contenter de la simple distinction forces/faiblesses (2 colonnes simples) sans rentrer dans le détail de la structure interne (qui nécessiterait plusieurs lignes bien distinctes : analyse des ressources de l'entreprise, analyse des variables du marketing mix de l'entreprise)
NB: C'est typiquement une réponse qui pourra être reprise en deuxième année lorsque les étudiant(e)s auront davantage abordé le diagnostic interne en CEJM et qu'on développera davantage la sous-compétence « synthétiser l'information ». Cependant rien ne nous empêche de prendre de l'avance...
2. Quelles informations vont vous manquer pour compléter ce diagnostic ?
Plusieurs possibilités à évoquer : On ne dispose pas d'informations sur les ressources financières de l'entreprise, ni sur les ressources humaines (fabrication ?), etc. On ne dispose pas non plus d'information sur le budget communication de l'entreprise, la présence sur d'autres salons etc.
3. Comment pourriez-vous les obtenir ?
Il s'agit de faire repérer les sources ou contacts utiles pour compléter l'analyse et de faire prendre conscience de la difficulté d'obtenir certaines informations « grises », sans passer par une communication avec le dirigeant de l'entreprise...
Ici il est intéressant de faire un lien avec BCI, sur les aspects liés à la « communication interne »...
4. Rédigez vos conclusions quant à la faisabilité de ce projet export.
La rédaction collective d'une conclusion va inciter les groupes de travail à échanger et argumenter pour proposer une conclusion commune.

NB: Il n'existe pas de bonnes ou de mauvaises réponses ici, en revanche, les conclusions doivent s'appuyer sur un raisonnement concret.

Mission 4 : Le cadrage de la prospection (fiche ressource 4)

1. Quelles sont les risques et contraintes quant au lancement d'une opération de prospection pour cette entreprise ?
*Faire formuler ici l'idée qu'une opération de prospection peut être très couteuse pour une petite entreprise telle que BOB CARLTON, et qu'elle va certainement avoir besoin de soutien (assurance, prêt, crédit d'impôt etc.)
C'est également une entreprise qui n'a aucune expérience de l'export, elle va donc aussi avoir besoin de conseils.
(méthodes /démarches, aides, conseils à l'export)*
2. Recensez les dispositifs de soutien actuels que l'entreprise pourrait solliciter pour l'accompagner dans sa démarche de prospection.
*La connaissance des dispositifs de soutien à la prospection doit permettre aux étudiants de solliciter de manière efficace les organismes adaptés en temps voulu pour l'entreprise.
L'actualisation de cette connaissance est permanente. Il est utile ici d'activer des outils de veille focalisés sur ces dispositifs.
Actuellement (à mettre à jour demain donc...):
<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/aides-export#>
<https://www.teamfrance-export.fr/etapes/choisir-ses-marches/thematiques/prioriser-ses-marches-cibles-pour-construire-une-strategie>
<https://www.businessfrance.fr/export-r%C3%A9ussir-son-projet>*
3. Dans votre marché cible, identifiez des cibles de prospection (grandes catégories) qui vous semblent pertinentes pour l'entreprise.
*En fonction du contexte d'entreprise et du marché cible, on peut avoir plusieurs possibilités : B to B, B to D, B to C ... et donc des niveaux de pertinence différent.
NB: On ne demande pas à ce stade d'établir un scoring de cible, on pourra compléter cette réponse en deuxième année, dans un logique spiralaire...*
4. D'après-vous, comment pourriez-vous prendre contact avec ces cibles ?
*En fonction de la cible, faire réfléchir les groupes de travail au mode de contact le plus intéressant pour l'entreprise, et le moins couteux (prospection passive ? prospection active ? prospection via les réseaux sociaux ?)
Eventuellement faire le lien avec les stratégies « pull » et « push ».
NB: Il ne s'agit pas de créer une BDD de contact opérationnelle à ce stade de l'année scolaire, on pourra également compléter cet aspect en deuxième année.*

Année de césure et valorisation de l'année de césure (EF 2)

Textes généraux de référence :

- Article L.611-12 du code de l'éducation,
- décret n°2018-372 du 18 mai 2018, retranscrit dans les articles D611-13 à D611-20 du code de l'éducation,
- circulaire n°2019-030 du 10-4-2019, publiée au BOESRI n°15 du 11 avril 2019

Contexte général :

Le code de l'éducation définit la notion de césure (article D611-13) : une période pendant laquelle un étudiant, inscrit dans une formation initiale d'enseignement supérieur, **suspend temporairement ses études dans le but d'acquérir une expérience personnelle ou professionnelle**, soit en autonomie, soit encadré dans un organisme d'accueil en France ou à l'étranger, est dénommée "période de césure".

Les textes concernent la suspension temporaire d'études dans les établissements publics dispensant des formations initiales d'enseignement supérieur. Les STS entrent ainsi dans le champ d'application.

Les entretiens conduits avec les milieux professionnels lors de l'étude d'opportunité en vue de la rénovation du BTS Commerce international ont fait apparaître l'importance d'une expérience d'expatriation longue, permettant à ceux qui en bénéficient, d'acquérir des compétences interculturelles approfondies, de développer des capacités d'analyse des situations et d'adaptation, même en dehors de toute mise en situation professionnelle dans le domaine du commerce international. Outre des gains linguistiques, cette immersion à l'étranger pouvait contribuer à une plus grande maturité des jeunes concernés et une approche plus réfléchie et éclairée sur leur projet professionnel ou celui d'une éventuelle poursuite d'études.

Le stage à l'étranger constitue un moment clé de la formation en BTS CI. Il est reconnu par tous, et surtout au sein des entreprises, comme indispensable à la formation de futurs professionnels du commerce international. Cependant, il a aussi un objectif d'acquisition de compétences professionnelles relevant d'un ou plusieurs blocs de compétences Relations Commerciales interculturelles (RCI), Mise en œuvre des opérations internationales (MOI) et Développement commercial international (DCI). Il ne peut, à lui seul, sur la période minimale prévue de 4 semaines, permettre d'atteindre un niveau suffisamment élevé de compétences interculturelles répondant aux attentes du monde du travail.

C'est pourquoi l'opportunité offerte aux STS de bénéficier d'une période de césure est apparue comme un levier pertinent pour permettre à l'étudiant volontaire d'acquérir des compétences interculturelles spécifiques et complémentaires à celles prévues dans le cadre du référentiel, en s'appuyant sur une expérience personnelle, professionnelle ou de formation à l'étranger.

Les formes de l'année de césure, telle qu'elle est prévue dans le cadre du BTS Commerce international sont donc spécifiques à cette formation et définies de manière restrictive par rapport au cadre général relevant des textes rappelés ci-dessus. Ainsi, la période de césure ne peut s'effectuer qu'à l'étranger et elle se déroule sur une année scolaire.

L'enseignement facultatif « préparation et suivi de césure » permettra d'accompagner l'étudiant :

- en amont de l'année de césure dans l'élaboration de son projet, dans la préparation de son expatriation y compris pour les démarches administratives nécessaires pour un séjour à l'étranger,
- pendant l'année de césure pour assurer un encadrement pédagogique avec la structure d'accueil et aider l'étudiant à identifier et développer ses compétences spécifiques,

- à l'issue de l'année de césure pour l'aider à valoriser les compétences acquises et participer à son évaluation dans le cadre de l'EF2 « valorisation de l'année de césure ».

Principes de mise en œuvre de l'année de césure en BTS Commerce international :

- l'année de césure ne concerne que des étudiants volontaires,
- la période de césure se déroule entre la première et la seconde année de BTS Commerce international. Elle débute et se finit avec l'année scolaire,
- l'année de césure à l'étranger ne peut pas se substituer au stage obligatoire prévu par ailleurs dans le référentiel du BTS Commerce international,
- des activités menées au cours de l'année de césure ne peuvent donner lieu qu'à une seule validation des compétences, connaissances et aptitudes acquises. Elles seront donc valorisées soit dans l'EF2 « valorisation de l'année de césure » soit dans l'EF3 « engagement étudiant » mais pas dans les 2 unités.

Procédure applicable aux demandes de césure

- l'étudiant qui désire effectuer une année de césure soumet son projet au chef d'établissement selon un calendrier et une procédure définis localement ;
- le chef d'établissement se prononce et motive par écrit l'acceptation ou le refus du projet de césure dans un délai de 2 mois après réception de la demande ;
- en cas d'acceptation, l'établissement signe avec l'étudiant une convention indiquant les modalités de réintégration au sein de la formation, le dispositif d'accompagnement pédagogique, les modalités de validation de l'année de césure (EF2 du BTS Commerce international), les modalités de modification ou d'interruption temporaire ou définitive de la césure ;
- pendant l'année de césure, l'étudiant demeure inscrit dans l'établissement qui lui délivre une carte d'étudiant.

Protection sociale lors d'une césure hors du territoire français

Lors d'une année de césure en dehors du territoire français, c'est, en principe, la législation du pays d'accueil qui doit s'appliquer dans les relations entre l'étudiant et l'organisme qui l'accueille.

L'étudiant est invité à se rapprocher de sa caisse d'assurance maladie pour obtenir des informations sur les conditions permettant la prise en charge de ses frais médicaux à l'étranger.

S'il part dans un pays de l'Union Européenne (UE), de l'Espace économique européen (EEE) ou en Suisse, il doit demander à sa caisse d'assurance maladie le formulaire E 106 / S1 « Inscription en vue de bénéficier de la couverture d'assurance maladie » ou la carte européenne d'assurance maladie (CEAM). Une fois sur place, ce formulaire lui permettra de s'inscrire auprès de l'institution d'assurance maladie de son lieu de résidence.

S'il part dans un pays hors UE / EEE / Suisse, il doit informer sa caisse d'assurance maladie de son départ et de sa nouvelle adresse à l'étranger. Pour bénéficier d'une prise en charge de ses soins médicaux, l'étudiant doit souscrire une assurance volontaire soit auprès de la Caisse des Français de l'étranger complétée le cas échéant d'une adhésion auprès d'une compagnie d'assurance privée, soit éventuellement auprès de l'institution de sécurité sociale du pays de résidence.

Formes de césure possibles dans le cadre du BTS Commerce international

1. L'expérience en milieu professionnel

L'expérience en milieu professionnel peut prendre plusieurs formes :

- **Contrat de travail** : la césure peut s'effectuer sous le statut de personne rémunérée par un organisme d'accueil suivant les modalités du droit du travail du pays concerné. Dans ce cas, la nature du poste occupé par l'étudiant en position de césure au sein d'un organisme ainsi que les tâches qui lui sont confiées relèvent exclusivement du contrat de travail entre l'étudiant et l'organisme qui l'encadre.
- **Expérience non rémunérée au titre de bénévole** : la césure peut s'effectuer sous le statut de personne non rémunérée dans un organisme d'accueil suivant les modalités juridiques du pays concerné. Dans ce cas, la nature du poste occupé ainsi que les tâches confiées à l'étudiant en position de césure au sein d'un organisme, relèvent exclusivement d'un accord entre l'étudiant et l'organisme qui l'encadre.
- **Stage** : la période de césure peut prendre la forme d'un stage en milieu professionnel à la condition de veiller au strict respect des dispositions du Code de l'éducation, notamment celle relative au volume pédagogique minimum prévu à l'article D. 124-2. Le stage en milieu professionnel ne peut excéder 6 mois et s'inscrit dans une année de cursus il ne peut donc être réalisé indépendamment d'une inscription dans une formation.

2. La formation dans un domaine différent de la formation d'inscription d'origine

L'étudiant s'inscrit dans une formation à l'étranger, disjointe de sa formation d'origine.

L'année de césure peut alors permettre de capitaliser sur les partenariats existants entre établissements français et étrangers, en particulier ceux noués dans le cadre de Netinvet.

Les pratiques de semestre à l'étranger pourront également être diversifiées dans les contenus par rapport à ce qui est actuellement pratiqué. En effet aujourd'hui le parcours d'études à l'étranger doit permettre de valider les compétences du référentiel du diplôme de BTS CI et donc les contenus en sont nettement circonscrits.

L'année de césure permettra également de développer les possibilités de parcours d'études à l'étranger, dans des domaines connexes, complémentaires ou totalement différents de la formation initiale de BTS CI. Elle se positionne donc de ce point de vue comme complémentaire des parcours existants et n'a pas vocation à s'y substituer.

La participation pour un étudiant à un programme de formation à l'étranger lui permet, par ailleurs, de compléter le temps de formation (200 h minimum) par un temps de stage de 6 mois maximum.

3. L'engagement de service civique

Si ces modalités de réalisation de l'année de césure sont ouvertes aux étudiants de BTS, il semble que seuls le SVE et dans une moindre mesure le VSI, leur sont facilement accessibles. On peut noter qu'une césure en SVE ou VSI pourrait être valorisée dans l'EF3 « engagement citoyen ».

- **Volontariat international en administration (VIA) et en entreprise (VIE)** limité à douze mois maximum dans le cadre d'une césure :
 - le VIA : service civique effectué pour des services de l'État français à l'étranger ;
 - le VIE : service civique effectué à l'étranger en matière d'action culturelle, environnementale, humanitaire ou de développement technique, scientifique et économique auprès d'une entreprise française à l'étranger, ou d'une entreprise étrangère liée à une entreprise française par un accord de partenariat, ou d'un organisme étranger.

- **Volontariat de solidarité internationale (VSI)** régi par la [loi n° 2005-159 du 23 février 2005](#) relative au contrat de volontariat de solidarité internationale. Il est ouvert aux personnes majeures pour des missions d'une durée de six à vingt-quatre mois limité à douze mois maximum dans le cadre d'une césure.
- **Corps européen de solidarité (anciennement service volontaire européen -SVE)**, expérience de volontariat à l'étranger, financé par la Commission Européenne qui permet aux jeunes âgés de 17 à 30 ans, légalement résidents en Europe, d'offrir en tant que volontaires internationaux, leurs services dans une organisation ou un organisme public en Europe, Afrique, Asie ou Amérique du Sud pour une période de 2 semaines à 12 mois.

Toute combinaison de ces formules (1, 2 ou 3) est envisageable dans la limite de temps imparti à une année de césure

Pays de destination :

L'anglais est devenu LVA obligatoire.

L'année de césure à l'étranger peut permettre de développer et valoriser des compétences acquises en LVB, voire en LVC ce qui peut par ailleurs permettre de passer avec plus de facilité l'EF1 « LVC ».

Si le pays de césure est différent de celui du stage obligatoire, les compétences acquises, en particulier dans le domaine interculturel, sont alors clairement identifiées et valorisables dans le cadre de l'EF2.

Sites utiles :

Volontariat de solidarité internationale :

<https://www.france-volontaires.org/avant-le-volontariat/les-differents-volontariats/le-volontariat-de-solidarite-internationale-vsi/>

Corps européen de solidarité sur le territoire français.

<https://www.corpseuropeensolidarite.fr/>

Portail européen de la jeunesse :

https://europa.eu/youth/SOLIDARITY_fr

Agence nationale du service civique

<https://www.service-civique.gouv.fr/>

Agence Erasmus+France :

<https://site.erasmusplus-jeunesse.fr/>

Programme Erasmus+

<https://info.erasmusplus.fr/19-erasmus.html>

Volontariat international

<https://mon-vie-via.businessfrance.fr/>

Dossier de candidature – période de césure

NOM	
Prénom(s)	
Date de naissance	
Nationalité	
Adresse	
Code postal	
Commune	
PAYS	
Téléphone fixe	
Téléphone portable	
Adresse électronique étudiant	

Type de césure souhaitée :

- Une expérience professionnelle (sous contrat de travail ou bénévole ;
- Un service civique :
 - VIA
 - VIE
 - VSI
 - CES (ex SVE)
- Une période de formation disjointe de la formation d'origine
- Un stage en milieu professionnel (sous conditions);

Lieu de la césure :

Description du projet et des motivations de l'étudiant(e) pour réaliser une césure.

Ce document de 5 pages maximum devra aborder les points suivants : les objectifs visés, contacts déjà pris, planning prévisionnel, budget prévisionnel, etc.

Tous les documents pouvant étayer le projet seront utiles pour l'examen du dossier (promesse de contrat, acceptation en formation, engagement formel d'une structure d'accueil, etc.)

Date limite de dépôt du dossier de candidature :

L'avis du chef d'établissement est rendu après examen du projet et avis de l'équipe pédagogique du BTS commerce international au plus tard le :

Convention pédagogique de césure

La présente convention est établie entre :

M. / Mme (NOM / Prénom)

Domicilié à

Etudiant de BTS Commerce international au lycée

Et

Le lycée (nom et adresse)

Représenté par son proviseur (nom, prénom)

Article 1. Objet de la convention

Cette convention a pour but de préciser les conditions dans lesquelles l'étudiant ci-dessus désigné et autorisé à effectuer une année de césure puis à réintégrer la formation BTS Commerce international du lycée à son retour.

Article 2. Calendrier de la césure

Dates de la période de césure :

Article 3. Description du projet de césure

Objectif du projet :

Pays de destination :

Modalités de réalisation :

Nom, raison sociale et adresse de l'organisme d'accueil :

Une attestation de l'organisme d'accueil est annexée à la présente convention

Article 4. Modalités d'accompagnement de l'étudiant pendant l'année de césure

L'enseignant en charge de l'enseignement « Préparation et suivi de césure » accompagne l'étudiant en amont de sa période de césure (préparation du projet et de l'année de césure). Il encadre pédagogiquement l'étudiant pendant la durée de la césure selon les modalités précisées dans la convention.

Enseignant référent désigné :

Outils de communication mobilisés :

Périodicité minimale des échanges :

Nature des livrables :

L'étudiant s'engage à maintenir un lien constant avec l'enseignant dont il dépend en le tenant régulièrement informé du déroulement de sa période de césure. Il s'engage à respecter les dispositifs d'accompagnement et d'encadrement définis dans cette convention. Il s'engage à présenter un dossier - bilan conforme à la définition du dossier support de l'épreuve facultative EF2 « valorisation de l'année de césure » du BTS commerce international.

L'étudiant s'engage à informer immédiatement l'établissement de tout changement de situation durant la période de césure.

Article 5. Validation de la période de césure

Le dispositif de césure dont bénéficie l'étudiant lui permet de s'inscrire à l'épreuve facultative EF2 « valorisation de l'année de césure » du BTS commerce international.

Les modalités de validation de cette épreuve sont définies dans le référentiel du BTS Commerce international.

Article 6. Réintégration de l'étudiant à l'issue de l'année de césure

L'étudiant conserve son statut pendant l'année de césure. A l'issue de celle-ci, il est réintégré au sein de sa formation, en 2^{ème} année de BTS commerce international.

Article 7. Interruption de la période de césure

En cas de volonté de l'étudiant, de mettre fin à la période de césure avant son terme, il devra immédiatement en informer son établissement par écrit en motivant sa demande. La décision définitive d'interruption de l'année de césure avant son terme et de réintégration en cours d'année est soumise à l'acceptation du chef d'établissement et n'est pas de droit.

Article 8. Responsabilité civile

L'étudiant certifie qu'il possède une assurance couvrant sa responsabilité civile individuelle pendant la durée de la césure

Article 9. Spécificités liées à une expatriation

L'étudiant doit se renseigner et effectuer les démarches nécessaires au bon déroulement du séjour notamment en termes de prise en charge des frais de santé, contrats d'assurance, modalités d'entrée, déclaration sur le portail « ARIANE », vaccinations obligatoires etc

Article 10. Durée de la convention

La présente convention entre en vigueur à compter de sa signature par les parties et prendra fin à l'issue de la période de césure indiquée à l'article 2.

Article 11. Droit applicable et juridiction compétente

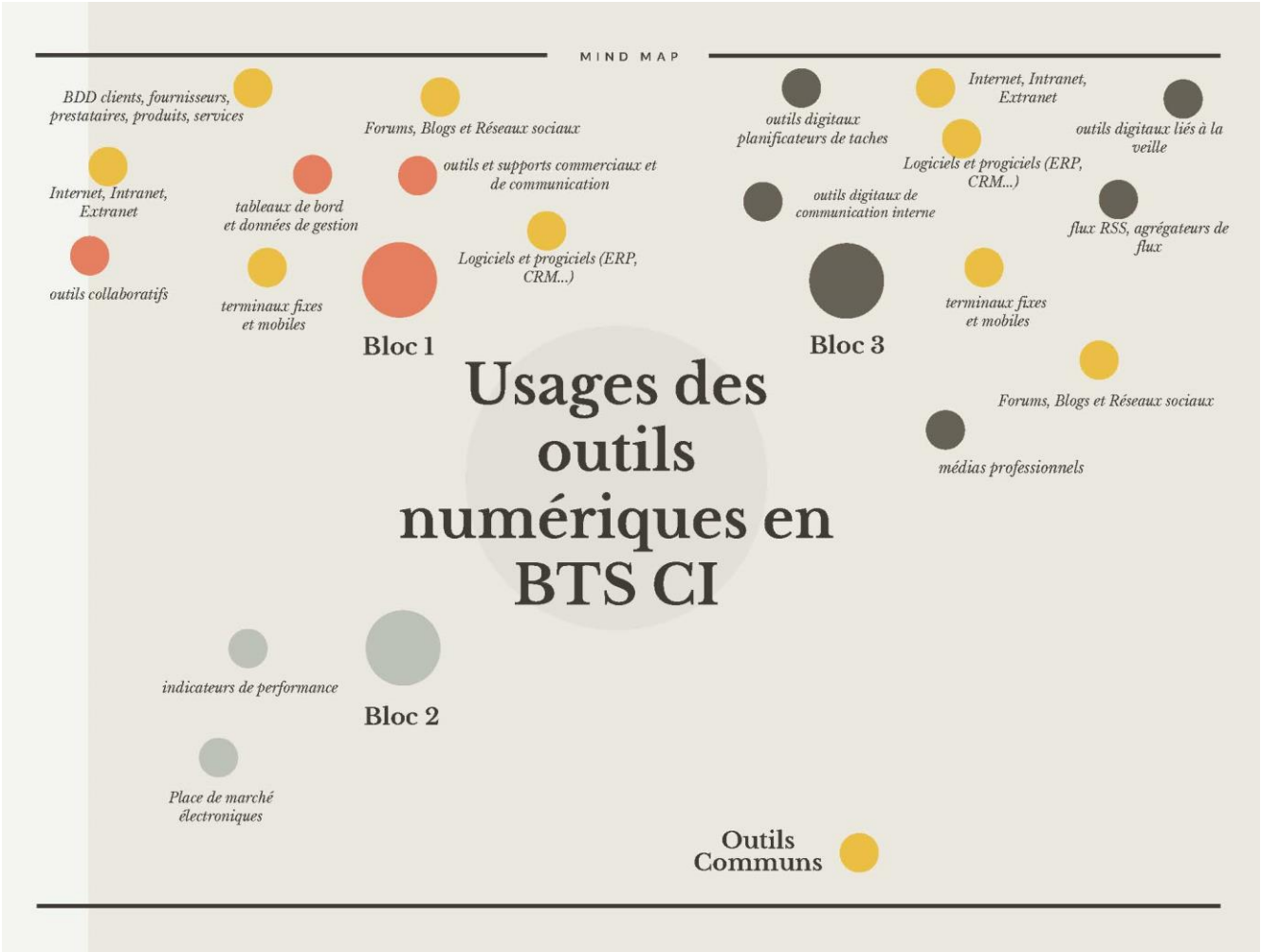
La présente convention est régie exclusivement par le droit français. Tout litige non résolu par voie amiable sera soumis à la compétence du tribunal administratif de.....

Fait à _____ le _____

L'étudiant _____ Le référent pédagogique _____ Le chef d'établissement _____

signature précédée de la mention manuscrite « lu et approuvé »

La place du numérique dans le BTS Commerce international



« L'ensemble des missions du titulaire du BTS Commerce international s'exerce dans un contexte interculturel multilingue et numérique »

Le rapport d'opportunités du 19 mars 2019 met en avant l'évolution du digital dans les domaines professionnels du commerce international. Des outils de veille aux procédures de dématérialisation des chaînes documentaires en passant par les solutions de e-commerce, les outils et usages numériques sont présents dans tous les domaines et deviennent stratégiques pour l'entreprise qui veut pérenniser son déploiement sur les marchés étrangers

 <p>Veille et IE</p> <p>Outils de veille et curation, Sourcing, Cybersécurité et Lobbying</p>	 <p>Marketing digital et E-Commerce</p> <p>Usage des réseaux sociaux professionnels (community manager) Développement des solutions e- commerce, Usage des NTIC chez les clients...</p>
 <p>Data et SI</p> <p>PGI/GRC/Workflow- ADV Travail collaboratif en mode projet Outils de reporting (tableau de bord) , Automatisation des tâches</p>	 <p>EDI avec les partenaires</p> <p>EDI, Blockchain, SCM, Dématérialisation des process (Douanes ...)</p>

Les outils numériques sont donc présents et mobilisables au sein de tous les blocs professionnels du BTS Commerce International. Le guide d'accompagnement pédagogique fait à cet effet des préconisations pour chaque bloc en termes d'outils ou de démarches pédagogiques pour une mise en pratique contextualisée dans des situations professionnelles. Certains outils ou applications professionnels seront aussi mis en œuvre lors des périodes d'immersion en entreprises.

Outils numériques au sein des blocs professionnels

		
<ul style="list-style-type: none"> • BDD clients / fournisseurs, prestataires, produits/services • Tableaux de bord de l'activité commerciale de l'entreprise à l'étranger et données de gestion • Outils et supports commerciaux et de communication • Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux, outils collaboratifs • Logiciels et progiciels (ERP, CRM...) • Terminaux fixes et mobiles 	<ul style="list-style-type: none"> • BDD clients/fournisseurs, prestataires, produits/services • Tableaux de bord, indicateurs de performance • Places de marché électroniques • Internet, extranet, intranet, outils collaboratifs • Logiciels et progiciels (ERP, CRM...) • Terminaux fixes et mobiles 	<ul style="list-style-type: none"> • Médias professionnels • Internet/intranet/extranet, flux RSS/ agrégateur de flux • Outils digitaux liés à la veille • Logiciels et progiciels (ERP, CRM...) • Terminaux fixes et mobiles • Outils digitaux planificateurs de tâches, de communication interne • Outils collaboratifs • Réseaux sociaux • Forums/Blogs

De nombreux outils digitaux sont communs aux 3 blocs (tableaux de bord, BDD, internet, outils collaboratifs...) et certains sont vus et mis en œuvre dans des contextes spécifiques.

Par exemple :

- Les places de marché électroniques dans le bloc 2 ;
- Les outils digitaux liés à la veille (outils de curation...) dans le blocs 3 ;
- Les outils de communication dans le bloc 1.

Outils numériques et certification

Une mise en œuvre sur poste informatique des outils numériques est réalisée dans le cadre de l'épreuve E4 (forme ponctuelle)

E4 Relation Commerciale Interculturelle

- **Forme Ponctuelle**

Partie Orale / Phase 3 = 15 minutes

Mise en œuvre d'outils numériques à partir des activités présentées dans le dossier.

- **Contrôle en cours de formation**



le dossier professionnel intègre l'attestation de certification nationale de la culture numérique (PIX)






L'attestation de certification nationale de la culture numérique est obtenue via la plateforme Pix qui reprend les 5 domaines du CRCN (cadre de référence des compétences numériques voir tableau ci-après) Les 5 domaines recouvrent en quasi-totalité les champs de

compétences numériques intégrés dans le référentiel du BTS Commerce international. Un travail en équipe pédagogique doit être mis en place dès le début de la première année afin de d'organiser les progressions dans les usages numériques et donner de la cohérence dans la progressivité des apprentissages.

Le Cadre de Référence des Compétences Numériques:

<p>1. Information et données</p> 	1.1. Mener une recherche et une veille d'information	Mener une recherche et une veille d'information pour répondre à un besoin d'information et se tenir au courant de l'actualité d'un sujet tout en étant en mesure de vérifier les sources et la fiabilité de l'information (avec un moteur de recherche, au sein d'un réseau social, par abonnement à des flux ou des lettres d'information, ou tout autre moyen).
	1.2. Gérer des données	Stocker et organiser des données pour les retrouver, les conserver et en faciliter l'accès et la gestion (avec un gestionnaire de fichiers, un espace de stockage en ligne, des classeurs, des bases de données, un système d'information, etc.).
	1.3. Traiter des données	Appliquer des traitements à des données pour les analyser et les interpréter (avec un tableur, un programme, un logiciel de traitement d'enquête, une requête de calcul dans une base de données, etc.).
<p>2. Communication et collaboration</p> 	2.1. Interagir	Interagir avec des individus et des petits groupes pour échanger dans divers contextes liés à la vie privée ou à une activité professionnelle, de façon ponctuelle et récurrente (avec une messagerie électronique, une messagerie instantanée, un système de visio-conférence, etc.).
	2.2. Partager et publier	Partager et publier des informations et des contenus pour communiquer ses propres productions ou opinions, relayer celles des autres en contexte de communication publique en apportant un regard critique sur la nature du contenu (avec des plateformes de partage, des réseaux sociaux, des blogs, des espaces de forum et de commentaires, de système de gestion de contenu CMS, etc.).
	2.3. Collaborer	Collaborer dans un groupe pour réaliser un projet, co-produire des ressources, des connaissances, des données, et pour apprendre (avec des plateformes de travail collaboratif et de partage de document, des éditeurs en ligne, des fonctionnalités de suivi de modifications ou de gestion de versions, etc.).
	2.4 S'insérer dans le monde numérique	Maîtriser les enjeux de la présence en ligne, développer des stratégies et des pratiques autonomes en respectant les règles, les droits et les valeurs qui leur sont liés, pour se positionner en tant qu'acteur social, économique et citoyen dans le monde numérique, et répondre à des objectifs (avec les réseaux sociaux et les outils permettant de développer une présence publique sur Internet, et en lien avec la vie citoyenne, la vie professionnelle, la vie privée, etc.).
	3.1. Développer des documents textuels	Produire des documents à contenu majoritairement textuel pour communiquer des idées, rendre compte et valoriser ses travaux (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de création de page web, de carte conceptuelle, etc.).
	3.2. Développer des	Développer des documents à contenu multimédia pour créer ses propres productions multimédia, enrichir ses créations textuelles

<p>3. Création de contenus</p> 	documents multimédia	(avec des logiciels de capture et d'édition d'image /son/vidéo/animation, etc...).
	3.3. Adapter les documents à leur finalité	Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé et maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation dans divers contextes (mise à jour fréquente, diffusion multicanale, impression, mise en ligne, projection, etc.) (avec les fonctionnalités des logiciels liées à la préparation d'impression, de projection, de mise en ligne, les outils de conversion de format, etc.).
	3.4. Programmer	Écrire des programmes et des algorithmes pour répondre à un besoin (automatiser une tâche répétitive, accomplir des tâches complexes ou chronophages, résoudre un problème logique, etc.) et pour développer un contenu riche (jeu, site web, etc.) (avec des environnements de développement informatique simples, des logiciels de planification de tâches, etc.).
<p>4. Protection et sécurité</p> 	4.1. Sécuriser l'environnement numérique	Sécuriser les équipements, les communications et les données pour se prémunir contre les attaques, pièges, désagréments et incidents susceptibles de nuire au bon fonctionnement des matériels, logiciels, sites internet, et de compromettre les transactions et les données (avec des logiciels de protection, la maîtrise de bonnes pratiques, etc.).
	4.2. Protéger les données personnelles et la vie privée	Maîtriser ses traces et gérer les données personnelles pour protéger sa vie privée et celle des autres, et adopter une pratique éclairée (avec le paramétrage des paramètres de confidentialité, la surveillance régulière de ses traces, etc.).
	4.3. Protéger la santé, le bien-être et l'environnement	Prévenir et limiter les risques générés par le numérique sur la santé, le bien-être et l'environnement mais aussi tirer parti de ses potentialités pour favoriser le développement personnel, le soin, l'inclusion dans la société et la qualité des conditions de vie, pour soi et pour les autres (avec la connaissance des effets du numérique sur la santé physique et psychique et sur l'environnement, et des pratiques, services et outils numériques dédiés au bien-être, à la santé, à l'accessibilité, etc.).
<p>5. Environnement numérique</p> 	5.1 Résoudre des problèmes techniques	Résoudre des problèmes techniques pour garantir et rétablir le bon fonctionnement d'un environnement informatique (avec les outils de configuration et de maintenance des logiciels ou des systèmes d'exploitation, et en mobilisant les ressources techniques ou humaines nécessaires, etc.).
	5.2 Évoluer dans un environnement numérique	Installer, configurer et enrichir un environnement numérique (matériels, outils, services) pour disposer d'un cadre adapté aux activités menées, à leur contexte d'exercice ou à des valeurs (avec les outils de configuration des logiciels et des systèmes d'exploitation, l'installation de nouveaux logiciels ou la souscription à des services, etc.).

Voir ressources pédagogiques CRCN sur Eduscol

https://cache.media.eduscol.education.fr/file/CRCNum/45/3/Reperes_progressivite_accessible_1125453.pdf

<https://eduscol.education.fr/721/cadre-de-referance-des-competences-numeriques>