



International
Trade
Centre

SheTrades

Export 101 – Bases de l'exportation – Construire un prix à l'export

Brahim Allali, Ph.D.

ballali@intracen.org

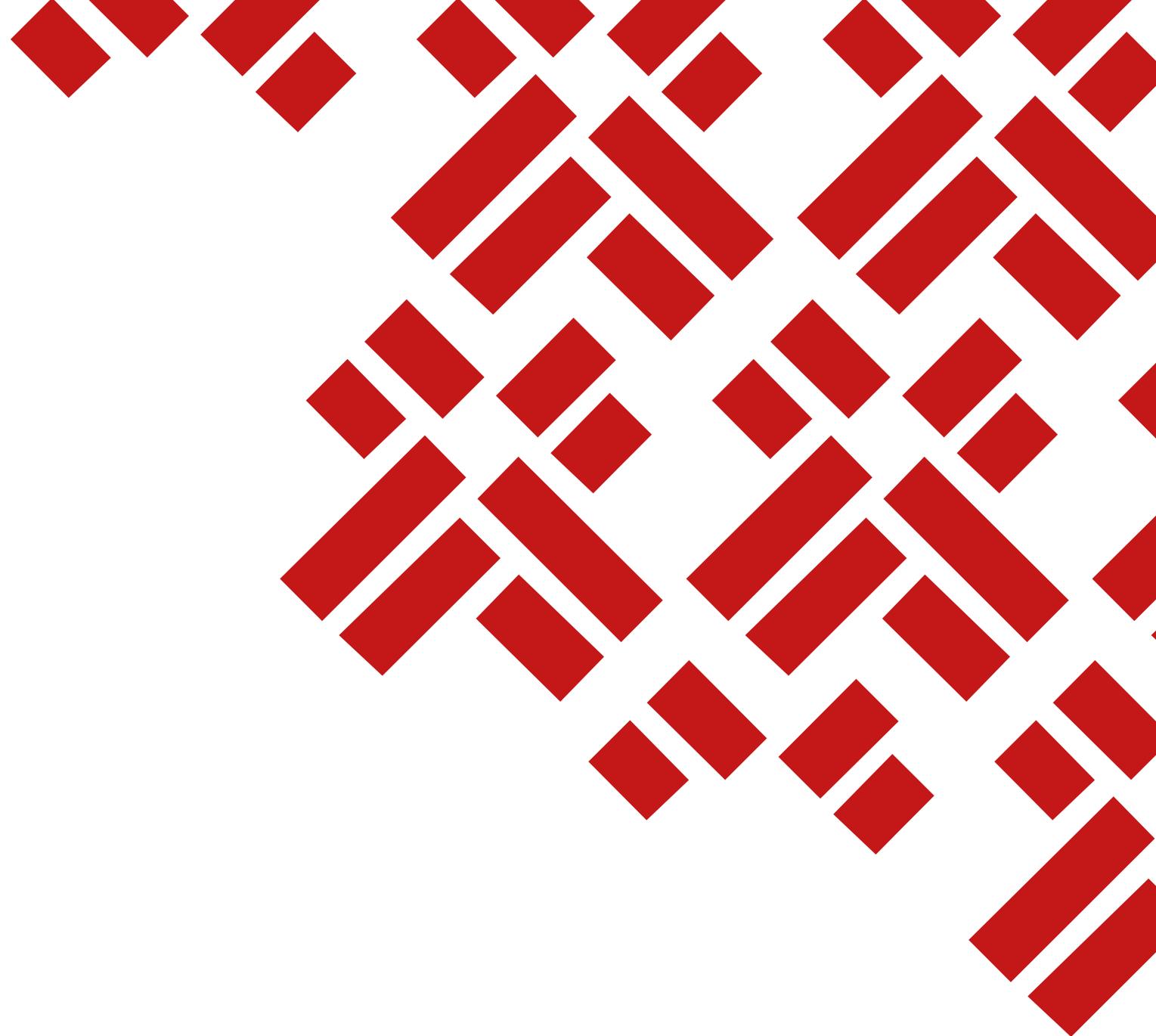


Programme

- Introduction – Pourquoi exporter ?
- Processus et étapes d'exportation
- Introduction à la logistique de l'exportation
 - Système harmonisé
 - Incoterms 2020
 - Modes de transport
 - Documents d'exportation

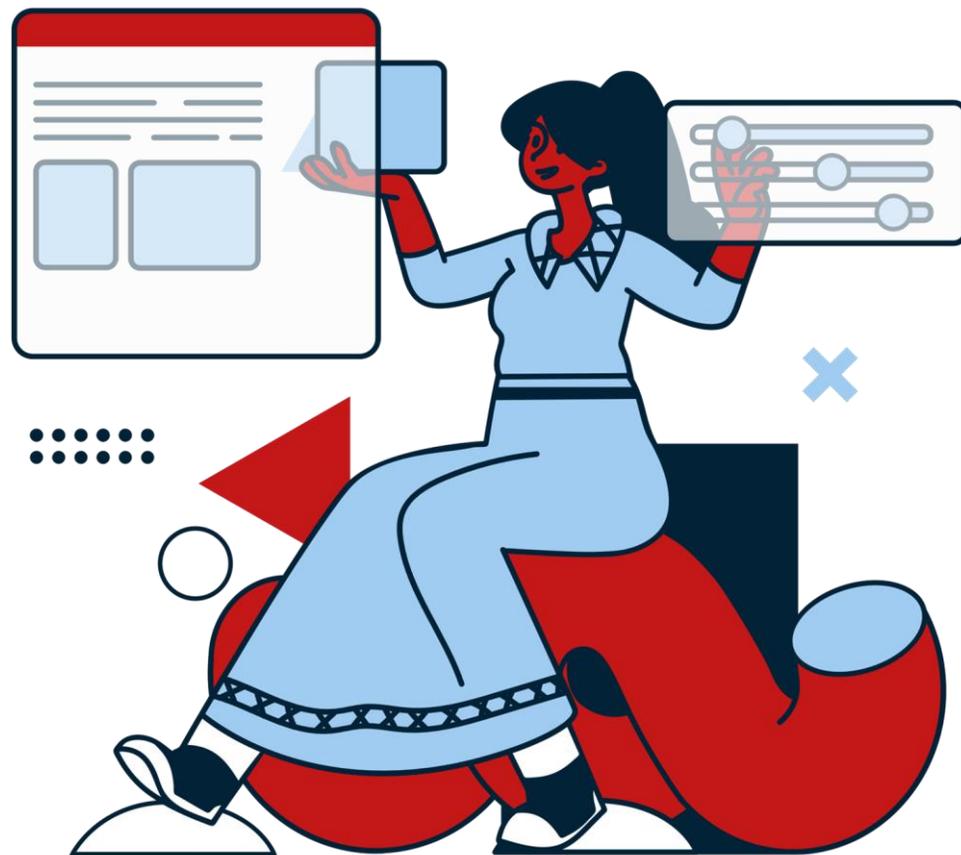
Programme

- Pricing à l'export
 - Composantes du coût
 - Méthodes de calcul
 - Stratégies de prix
 - Construction du prix
- Conclusion
- Débat



01.

Introduction – Pourquoi exporter ?



L'export entre réalité et mythes

« Je n'exporte pas
parce que ... »

- ... je ne sais pas par où commencer »
- ... l'export c'est pour les grandes entreprises »
- ... l'export, ça demande beaucoup de ressources »
- ... je ne vois pas l'utilité d'exporter. Mon produit se vend bien sur le marché local »
- ... j'ai déjà essayé une fois et ça n'a pas marché »
- ... je ne crois pas que mon produit soit exportable »
- ... personne [de l'étranger] ne s'est jamais intéressé à mon produit »
- ... je connais quelqu'un qui s'est lancé dans l'exportation et qui n'a jamais été payé ».
- Etc.

Exportation « coup de fusil » ou « stratégique »?

ATTITUDE NÉGATIVE

- « L'export n'est pas pour moi »
- => L'entreprise reste locale

Pas d'exportation

ATTITUDE PASSIVE

- Besoin d'un stimulus
- => Exportation réactive

Exportation spot ou coup de fusil

ATTITUDE PROACTIVE

- Proactivité
- => Développement d'une stratégie

Exportation stratégique

Avantages liés à l'exportation

Pour les pays

- Rentrée de devises
- Création d'emplois
- Image du pays
- Plus d'investissements
- Croissance économique
- Moins d'exode de la matière grise
- Intégration dans les CVM
- Etc.

Pour les entreprises

- Économies d'échelle
- Amélioration de la compétitivité
- Diversification des risques
- Exposition internationale et apprentissage
- Rentabilité plus importante
- Plus d'opportunités
- Etc.

Oui, mais l'entreprise a-t-elle vraiment le choix d'exporter ou de rester locale?

Exporter ... les entreprises ont-elles vraiment le choix ? ...

Deux lectures possibles de la situation générée par le libre-échange :

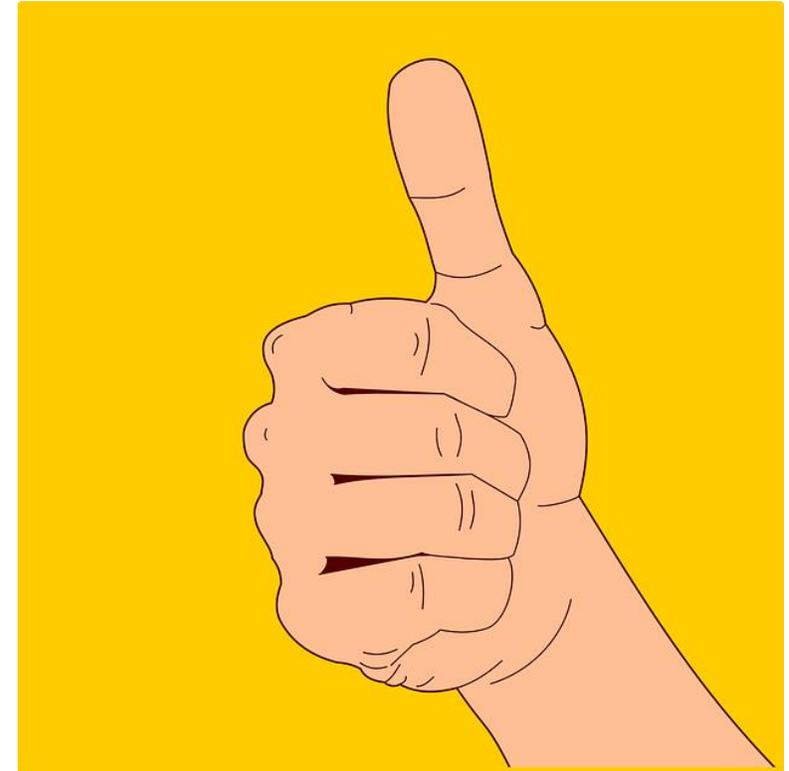


- **Lecture pessimiste**
 - Perte de compétitivité et donc des marchés → Fermetures, licenciements et parfois délocalisation.
 - Exacerbation et internationalisation de la concurrence
 - Intensification et radicalisation des exigences des consommateurs
- **Lecture optimiste**
 - Apparition de nouvelles occasions d'affaires comme conséquence de la nouvelle division du travail et de l'intégration de pays émergents. Passage du commerce classique au commerce d'intégration et aux « produits planétaires ».

... d'autant plus que l'exportation a de nombreux avantages ...

Les entreprises exportatrices sont en général :

- Plus en croissance
- Plus compétitives
- Plus productives et innovatrices
- Plus résilientes aux chocs et crises
- Plus créatrices d'emplois
- Plus innovantes
- Plus rentables, surtout quand elles sont proactives
- Etc.



INTRODUCTION

... mais pour réussir, elles doivent surtout avoir ...

... un bon produit

→ SOLUTION

... un bon prix

→ VALEUR

... une bonne promotion

→ COMMUNICATION

... une bonne distribution
(place)

→ ACCESSIBILITÉ

02.

Processus et étapes d'exportation



Processus d'exportation – Principales étapes



État de préparation

- Forces et faiblesses
- Opportunités et menaces



Choix et analyse du marché

- Identification des marchés
- Analyse des marchés



Choix du mode d'entrée

- Sans investissement
- Avec investissement
- En partenariat



Stratégie marketing

- Segmentation
- Positionnement
- Marketing-mix



VOTRE PAYS



ÉTRANGER

Diagnostic/
Décision
d'exporter

- Quel produit?
- Sur quel marché?
- Comment?
- Calcul des coûts
- Quel marketing?
- Etc.

Identification et
choix du marché

Étude du
marché choisi

Stratégie et plan
marketing

Recherche et
contact
d'acheteurs

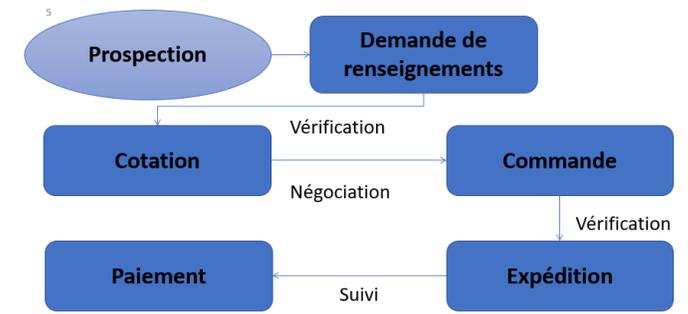
Critères de choix
des marchés

- Taille
- Solvabilité
- Concurrence
- Dynamisme
- Image
- Partenaires
- Etc.

Négociation

Commande

- Prix
- Spécifications
- Quantité
- Paiement
- Incoterm
- Transport
- Documents
- Etc.



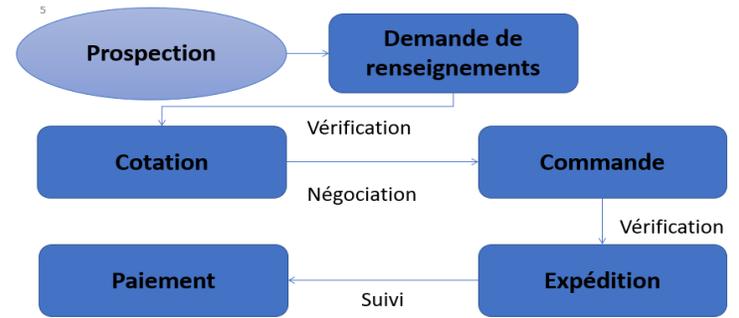
Circuit simplifié de l'exportation



VOTRE PAYS



ÉTRANGER

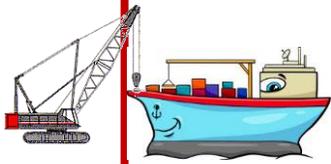


Négociation

Commande



Dédouanement à l'export



Dédouanement à l'import



03.

Introduction à la logistique de l'exportation





Systeme harmonisé (SH)

Le système harmonisé est un système international de classification des marchandises. Il couvre 5.300 produits au niveau SH-6. Le SH dispose de 3 niveaux :

- SH-2 : réfère au Chapitre. Exemple: Chapitre 16 : Préparations de viande, de poissons, de crustacés, de mollusques, ...
- SH-4: réfère à la section. Exemple: 1604 : Préparations de conserves de poissons, ...
- SH-6: réfère au produit. Exemple: 160413 : Préparations de conserves de sardines, sardinelles, ...

Au niveau SH-6, les produits sont comparables à l'échelle internationale

La ligne tarifaire nationale consiste à ajouter au SH-6, 2 à 6 chiffres pour répondre aux besoins nationaux.



INTRODUCTION À LA LOGISTIQUE DE L'EXPORT

Incoterms 2020



“Incoterms” est l’abréviation de « **I**nternational **C**ommercial **TERMS** ».



La version 2020 est composée de 11 incoterms à 3 lettres qui définissent la répartition des coûts et des risques entre le vendeur et l’acheteur.



Les incoterms précisent également le moment du transfert de risque entre les deux parties, mais ne définissent pas le transfert de la propriété des marchandises



La version actuelle des incoterms est applicable du 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2029.



Incoterms 2020 – À quoi servent-ils?

- Objectif : éviter les conflits dus à des approximations de négociation entre deux interlocuteurs de pays différents
- Moyens : un langage international commun du point de vue de la logistique
- 11 incoterms = 11 façons de prendre la logistique en charge ; ils déterminent le lieu exact de transfert des risques et des frais entre les parties.
- Ils permettent de savoir qui, du vendeur ou de l'acheteur a la charge de mettre en place les éléments du transport et de produire les documents nécessaires à la vente internationale.
- Exemple CIF Marseille



Circuit des marchandises à l'international

Illustration des incoterms 2020



Incoterm	Transport	Risque	Assurance
EXW	Vendeur	Vendeur	Vendeur
FCA	Vendeur	Vendeur	Vendeur
CPT	Vendeur	Vendeur	Vendeur
CIP	Vendeur	Vendeur	Vendeur
DAP	Vendeur	Vendeur	Vendeur
DPU	Vendeur	Vendeur	Vendeur
DDP	Vendeur	Vendeur	Vendeur
Transport maritime			
FAS	Vendeur	Vendeur	Vendeur
FOB	Vendeur	Vendeur	Vendeur
CFR	Vendeur	Vendeur	Vendeur
CIF	Vendeur	Vendeur	Vendeur

Typologie des Incoterms 2020

Incoterms Multimodaux vs.
Incoterms Maritimes ou
Fluviaux

Incoterms de Départ vs.
Incoterms d'Arrivée

Typologie des Incoterms 2020

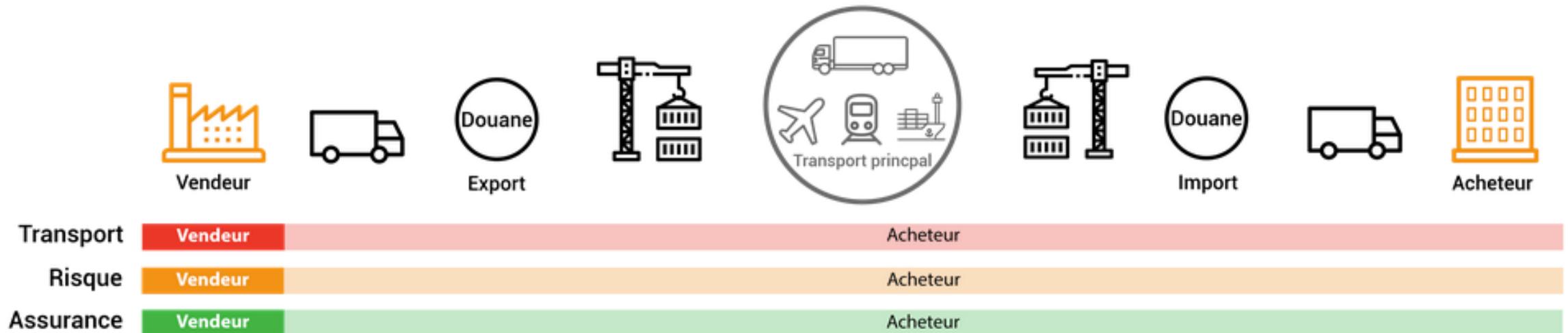
Incoterms commençant par un E : Incoterms de départ, c'est à dire que l'acheteur s'occupe de tout, le vendeur met simplement la marchandise à disposition. Par exemple EXW (le seul dans la version 2020)

Incoterms commençant par un F : Incoterms dont le transport principal n'est pas payé par le vendeur. C'est l'acheteur qui devra s'en acquitter. Par exemple FOB, FCA ou FAS.

Incoterms commençant par un C : Incoterms où le transport principal est payé par le vendeur. Par exemple, CIF, CIP, CFR, CPT.

Incoterms commençant par un D : Incoterms d'arrivée, c'est-à-dire que l'acheteur ne s'occupe de rien jusqu'à l'arrivée des marchandises. Tout est géré et payé par le vendeur. Par exemple DAP, DPU, DDP.

Principales caractéristiques des Incoterms 2020 – EXW

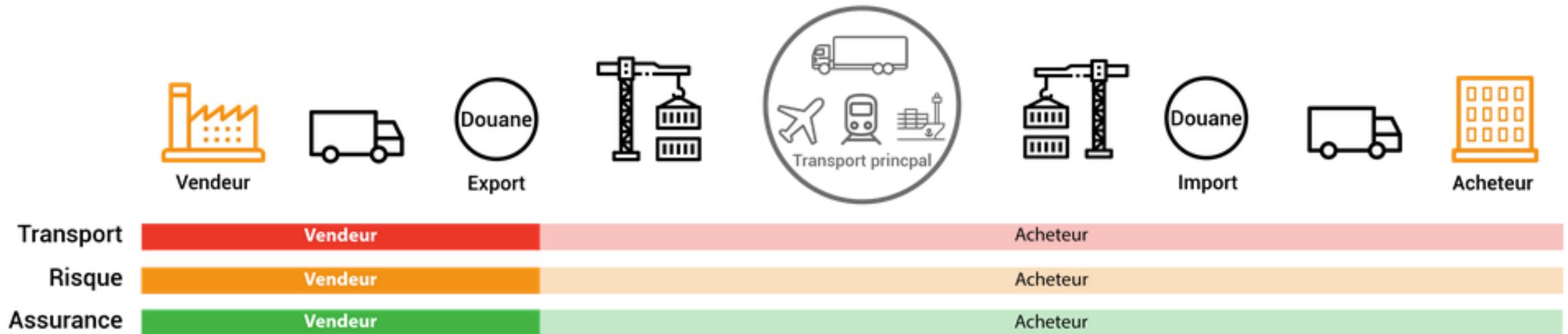


Caractéristiques du EXW

Dans le cadre du transport international avec utilisation de l'incoterm EXW, le vendeur est responsable de :

- procéder à l'emballage, l'étiquetage et le marquage des marchandises
- mettre la marchandise à la disposition de l'acheteur à la sortie de l'usine du vendeur.

Principales caractéristiques des Incoterms 2020 – FCA



Free Carrier Alongside

SheTrades - Export 101 - Bases de l'export - Construire un prix à l'export

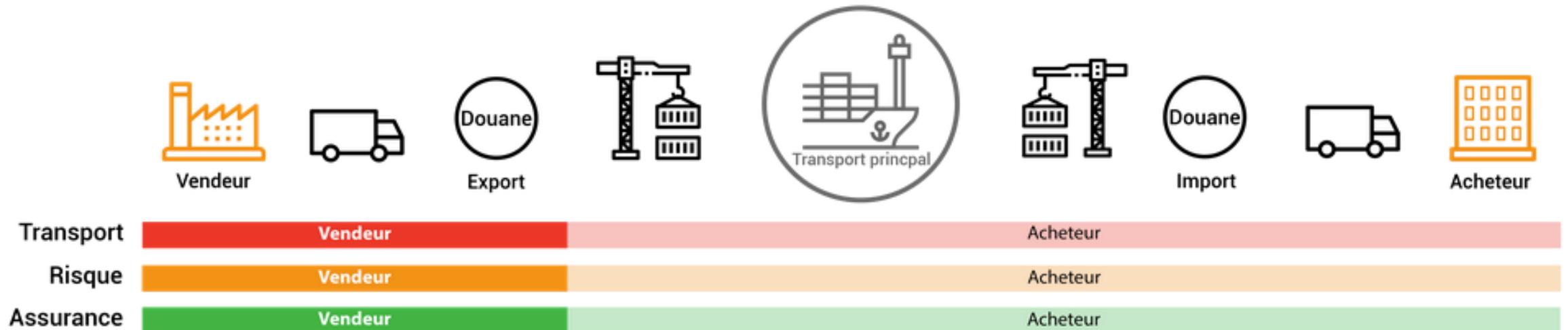


Caractéristiques du FCA

Le vendeur est responsable de :

- procéder à l'emballage, l'étiquetage et le marquage des marchandises
- charger la marchandise à bord du véhicule d'enlèvement
- organiser et payer le préacheminement des marchandises depuis l'usine du vendeur jusqu'au point d'embarquement (chez le transporteur principal)
- Accomplir les formalités de dédouanement dans le pays du vendeur et payer tous les frais et taxes inhérents à ce dédouanement

Principales caractéristiques des Incoterms 2020 – FOB



Free On Board

SheTrades - Export 101 - Bases de l'export - Construire un prix à l'export

Caractéristiques du FOB

Le vendeur est responsable de :

- procéder à l'emballage, l'étiquetage et le marquage des marchandises
- charger la marchandise à bord du véhicule d'enlèvement
- organiser et payer le préacheminement des marchandises jusqu'au port d'embarquement.
- accomplir les formalités douanières et supporter les taxes liées au dédouanement dans le pays du vendeur
- organiser et payer le chargement de la marchandise à bord du navire

Principales caractéristiques des incoterms 2020 - CFR



	Vendeur	Acheteur
Transport	Vendeur	Acheteur
Risque	Vendeur	Acheteur
Assurance	Vendeur	Acheteur

Cost & Freight

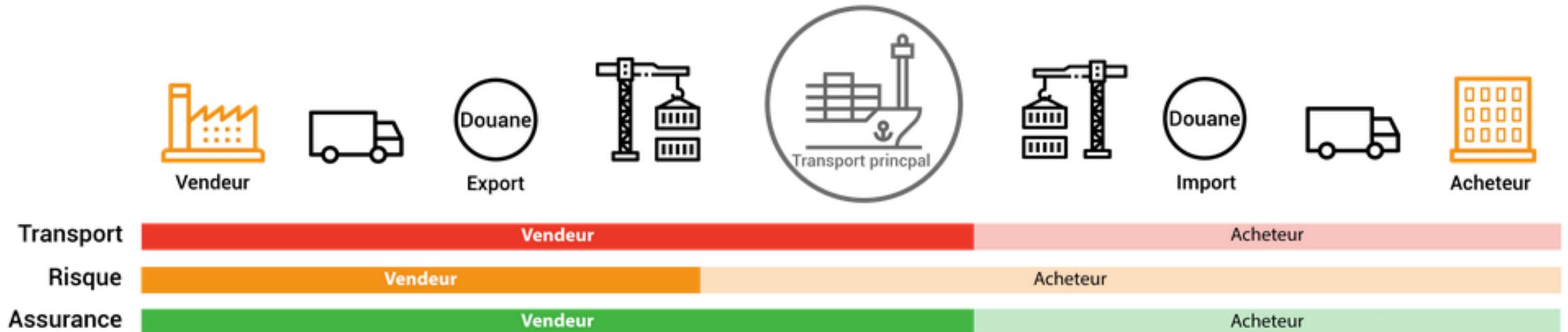
SheTrades - Export 101 - Bases de l'export - Construire un prix à l'export

Caractéristiques du CFR

Le vendeur est responsable de :

- procéder à l'emballage, l'étiquetage et le marquage des marchandises
- procéder au chargement de la marchandise à bord du véhicule d'enlèvement
- organiser le préacheminement des marchandises depuis son usine ou entrepôt jusqu'au port d'embarquement
- accomplir, dans son propre pays, les formalités de douane et supporter les taxes liées au dédouanement
- procéder au chargement de la marchandise sur le navire
- organiser et régler le transport principal jusqu'au port de déchargement.

Principales caractéristiques des incoterms 2020 - CIF



Cost, Insurance and Freight

SheTrades - Export 101 - Bases de l'export - Construire un prix à l'export



Caractéristiques du CIF

Le vendeur est responsable de :

- procéder à l'emballage, l'étiquetage et le marquage des marchandises
- procéder au chargement de la marchandise à bord du véhicule d'enlèvement
- organiser le préacheminement des marchandises depuis son usine ou entrepôt jusqu'au port d'embarquement
- accomplir, dans son propre pays, les formalités de douane et supporter les taxes liées au dédouanement
- procéder au chargement de la marchandise à bord du navire
- organiser et régler le transport principal depuis le port d'embarquement jusqu'au port de déchargement
- Organiser et régler l'assurance sur le transport principal

Principales caractéristiques des incoterms 2020 - DDP



Transport	Vendeur	Acheteur
Risque	Vendeur	Acheteur
Assurance	Vendeur	Acheteur

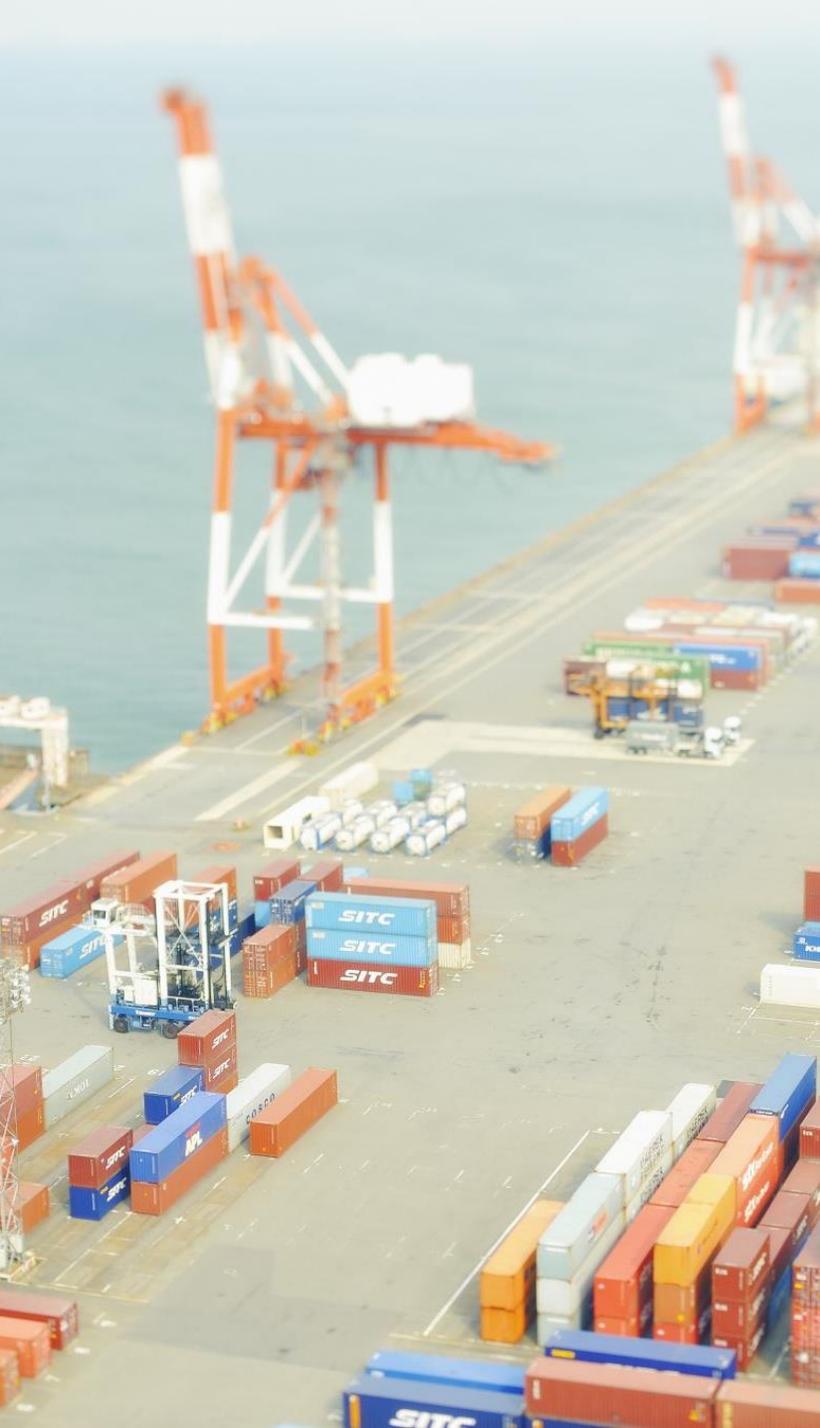
Delivered Duty Paid

SheTrades - Export 101 - Bases de l'export - Construire un prix à l'export

Caractéristiques du DDP

Le vendeur est responsable des activités suivantes :

- emballage, étiquetage et marquage des marchandises
- chargement de la marchandise à bord du véhicule d'enlèvement
- préacheminement des marchandises jusqu'au lieu d'embarquement
- accomplissement, dans son propre pays, des formalités douanières et paiement des frais et taxes
- chargement de la marchandise sur le moyen de transport principal
- organisation et règlement du transport principal jusqu'au port final
- Déchargement de la marchandise du moyen de transport principal
- Organisation du post acheminement des marchandises jusqu'à la destination finale
- accomplissement des formalités de douane dans le pays importateur



Limites des Incoterms

- L'usage des incoterms est facultatif. Il ne devient obligatoire que s'il est formellement mentionné dans le contrat
- Les Incoterms continuent de prêter à confusion. Par exemple :
 - Le FOB américain, suivi du nom du port d'embarquement (ex. FOB New York) permet au vendeur de livrer la marchandise au terminal de chemin de fer de la ville, sans préciser à qui incombera la responsabilité de la marchandise avant qu'elle ne soit placée sur le navire. Seul le FOB suivi du nom du navire ou du port d'embarquement a la même signification que le FOB CCI.
 - Le FOB UK sous-entend la mise à bord de la marchandise, dans n'importe quel port du Royaume-Uni.
 - Le CIF « débarqué » (landed) met à la charge du vendeur les frais de déchargement et de mise à quai à l'arrivée, etc.

Limites des Incoterms



L'incoterm ne règle pas le problème du transfert de la propriété des marchandises

Des Incoterms maritimes et notamment le FOB et le CIF sont souvent utilisés à tort avec d'autres modes de transport. Par exemple, on voit parfois « FOB-Aéroport Mohamed V »

Pour éviter toute confusion, il est recommandé d'ajouter après l'Incoterm et le lieu (de départ ou d'arrivée), la mention « Version 2020 de la CCI »

Critères de choix de l'incoterm approprié

L'incoterm approprié est choisi en fonction notamment :

- De la négociation entre vendeur et acheteur
- Des habitudes du marché
- Des pratiques des entreprises concurrentes
- Du (ou des) mode(s) de transport choisi(s)
- Du contexte international
- Des coûts à supporter
- Des risques à encourir et des assurances pour les couvrir
- De la maîtrise des modes de transport et des capacités logistiques
- De la maîtrise des procédures de dédouanement

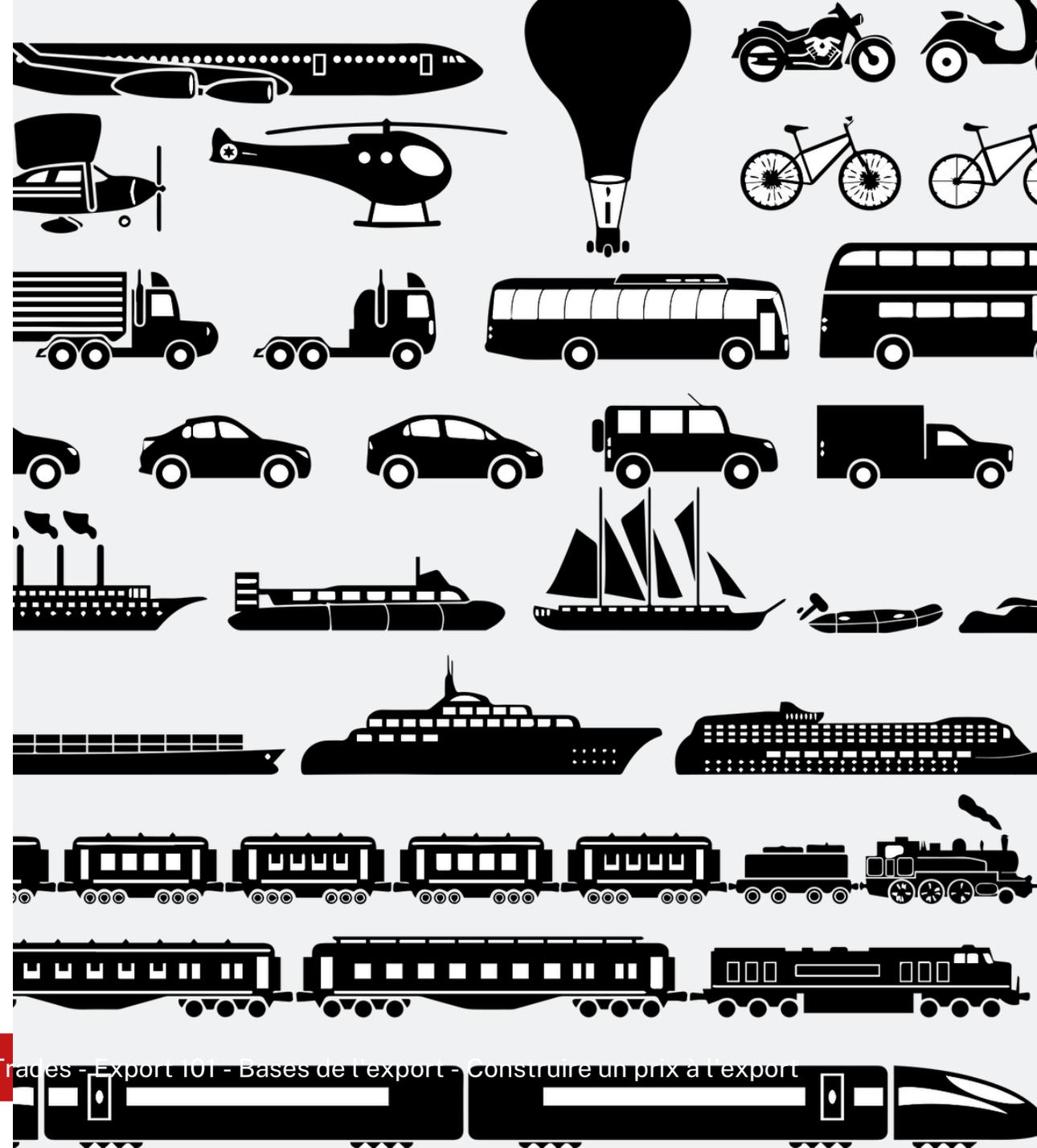
Modes de transport

- Maritime
- Aérien
- Routier / Terrestre / Roulier
- Ferroviaire
- Postal ou par messagerie
- Fluvial
- Oléoducs
- Par câblage
- Multimodal
- Drones



Modes de transport

- Transport pour compte propre
- Affrètement (nolisage)
- Expédition exclusive (FTL, FCL, Wagon complet, etc.)
- Groupage (LTL, LCL)



Mode de transport	Caractéristiques et techniques	Avantages	Inconvénients
Transport par mer	<ul style="list-style-type: none"> • Diversité et adaptation des différents types de navires (porte-conteneurs, navires rouliers, polyvalents ou spécialisés). • Utilisation très répandue du <i>conteneur</i> : évite les ruptures de charge (gain de temps et de sécurité), réduit le coût de la manutention et des assurances. 	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de fret avantageux sur certaines destinations. • Possibilités de stockage dans les zones portuaires. • Tous les points du globe peuvent être desservis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Délais importants. • Encombrement portuaire de certaines zones. • Certaines lignes ne sont pas conteneurisées. • Ruptures de charge et manutention source d'avaries. • Assurance plus élevée et emballage plus onéreux.
Transport aérien	<ul style="list-style-type: none"> • Appareils mixtes et tout cargo. • Chargement en ULD⁽¹⁾ (igloos palettes conteneurs). 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidité, sécurité pour la marchandise (manutention horizontale). • Emballage peu coûteux. • Frais financiers et de stockage moindres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix élevé qui proscrit l'envoi de marchandises denses⁽²⁾ ou de faible valeur. • Capacité limitée. • Interdit à certains produits dangereux. • Rupture de charge.
Transport routier	Pratique de la conteneurisation et possibilité de combiner rail et route.	<ul style="list-style-type: none"> • Service en porte à porte, sans rupture de charge. • Délais relativement rapides. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sécurité et délais fonction des pays parcourus et des conditions climatiques. • Développé surtout sur l'Europe continentale pour les distances moyennes.

Modes de transport

Mode de transport	Caractéristiques et techniques	Avantages	Inconvénients
Transport ferroviaire	<ul style="list-style-type: none"> • Expédition par wagon isolé entre 5 et 60 tonnes et possibilité de trains entiers pour des tonnages supérieurs (automobiles, pondéreux, granulats, etc.). • Diversité du matériel disponible et utilisation de caisses mobiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Développement du transport combiné et possibilité de porte à porte⁽¹⁾. • Fluidité du trafic et respect des délais. • Adaptation aux longues distances et aux tonnages importants. 	<ul style="list-style-type: none"> • Indapté aux distances courtes. • Limite du réseau ferroviaire. • Nécessite un pré- et un post-acheminement en dehors du combiné. • Ruptures de charge.
Transport fluvial	Utilisation des voies navigables naturelles et des canaux (Europe du Nord, bassin Rhénan, quelques livraisons fluvio-maritimes).	<ul style="list-style-type: none"> • Remarquable capacité d'emport, 300 à 2 500 tonnes selon les convois. • Faible coût. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lenteur et donc immobilisation de la marchandise pendant le transport. • Coût de pré- et post-acheminement. • Ruptures de charge.
Services postaux	<ul style="list-style-type: none"> • Expéditions dans le monde entier de colis et de marchandises en petite quantité. • Simplicité et diversité des services. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formalités douanières simplifiées. • Possibilité d'utiliser des formules à délais garantis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Priorité des envois et des services offerts variant selon les destinations. • Utilisation limitée aux petits envois.

Modes de transport

Critères de choix du mode de transport

Critères et paramètres de sélection des modes de transport :

- Nature et caractéristiques de la marchandise
- Quantité, poids ou volume de la marchandise
- Coût du transport
- Coût de l'emballage
- Coûts et frais accessoires
- Fréquence des livraisons
- Lieux de stockage
- Distance
- Infrastructure disponible
- Etc.



Documents d'exportation

- Facture pro-forma
- Facture commerciale
- Facture consulaire
- Certificat de pesage
- Liste de colisage
- Titre de transport (B/L, LTA, CMR, etc.)
- Certificat de fumigation
- Certificat d'inspection avant expédition
- Certificat (ou police) d'assurance
- Certificat de conformité à des normes spécifiques
- Certificat d'origine
- Etc.



04.

Pricing à l'export – Composantes du coût



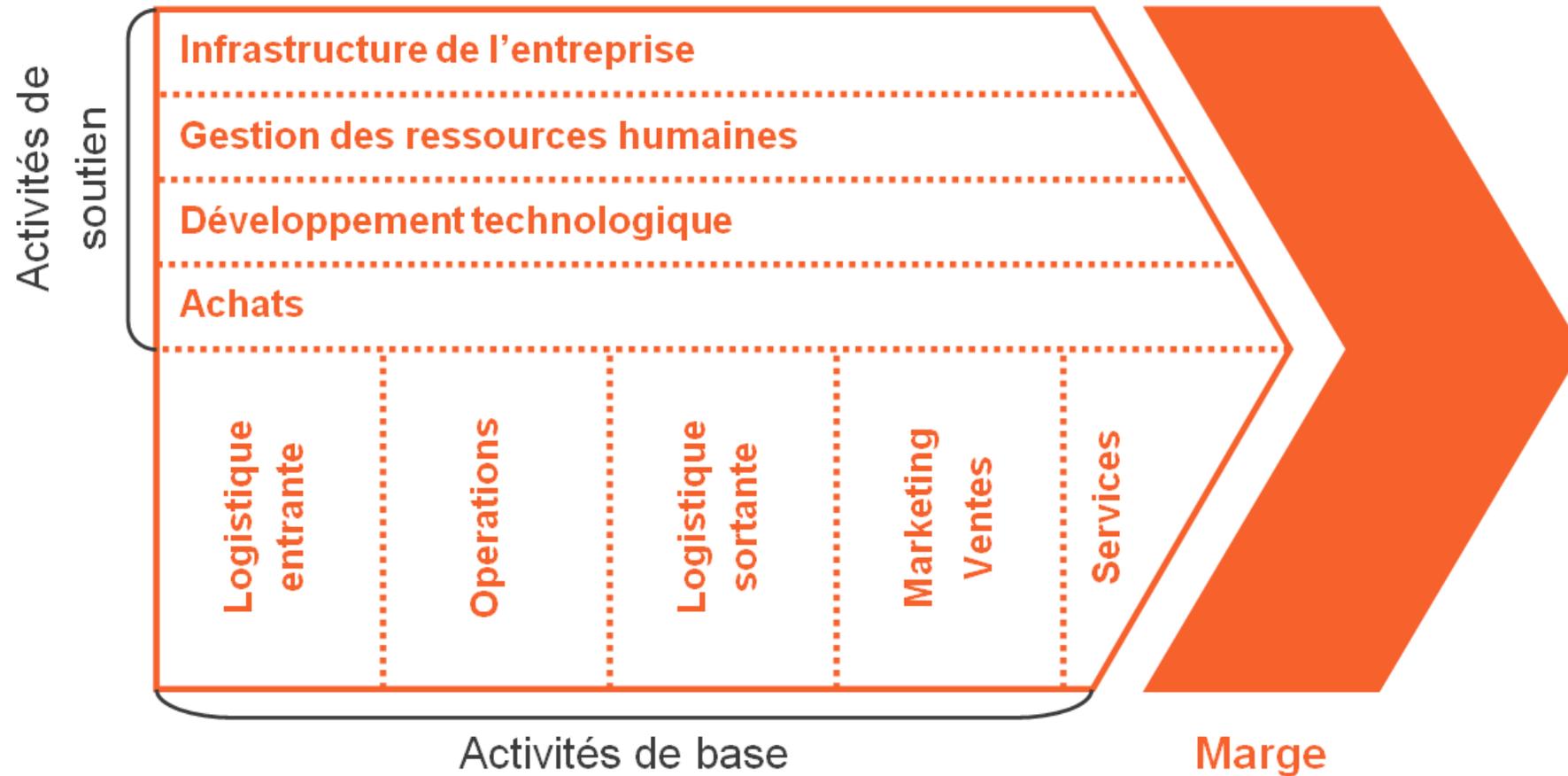
Pricing – Une question d'équilibre

Deux types de considerations importantes :

- **Considérations comptables et financières**
- **Considérations marketing**



Coût de production et chaîne de valeur



Coût de production

- Le coût de production se compose de frais fixes et de frais variables. Les frais fixes sont les frais qui ne varient pas en fonction du volume des ventes. Quant aux frais variables, ils sont ceux qui interviennent dans la fabrication de chaque unité produite et qui varient en proportion du volume produit.
- Ce coût de production est donc constitué de l'ensemble des frais directs et indirects qui concernent le processus de production, depuis l'achat de matières jusqu'au stade qui précède immédiatement celui de la vente.



Composantes du coût de production

Les frais fixes ne sont pas toujours applicables, selon la méthode de calcul choisie, lorsqu'il s'agit d'une vente destinée à l'exportation. Le fabricant peut les répartir sur la production destinée à ses clients locaux uniquement, surtout si le marché d'exportation est récent, et réaliser un meilleur bénéfice sur les marchés étrangers.



Composantes du coût de production

Les frais variables pour l'exportation incluent :

- les frais pour adapter le produit au marché étranger ;
- les frais de développement propres au marché étranger ;
- les frais de représentation ;
- les frais de transport de la marchandise ;
- les frais de dédouanement;
- les frais d'assurance;
- Etc.

Composantes du coût de production

Frais fixes	Frais variables
Chauffage	Matières premières
Électricité	Main-d'œuvre de fabrication
Assurances	Supervision
Salaires des membres de la direction	Commissions des représentants
Salaires du personnel de bureau	Emballage Étiquetage
Taxes municipales et d'affaires	Dépréciation des équipements
Dépréciation des bâtiments	Droits de douane sur les matières premières importées
Intérêts sur l'hypothèque	Transport
	Rabais sur le volume d'achats

05.

Pricing à l'export – Méthodes de calcul



Méthodes de calcul du prix

Quatre méthodes sont généralement utilisées pour le calcul des prix à l'export :

- La méthode du coût marginal
- La méthode du coût national majoré
- La méthode du coût complet
- La méthode du prix du marché étranger

Coût marginal

La méthode du coût marginal est particulièrement adaptée à une stratégie de pénétration du marché visé. Dans cette méthode, on considère l'exportation comme une activité qui s'ajoute à celle du marché national du fabricant. Si elle a des revenus suffisants sur son marché national pour couvrir ses frais fixes, l'entreprise pourrait produire des unités pour l'exportation en ne tenant compte que des coûts marginaux de production.

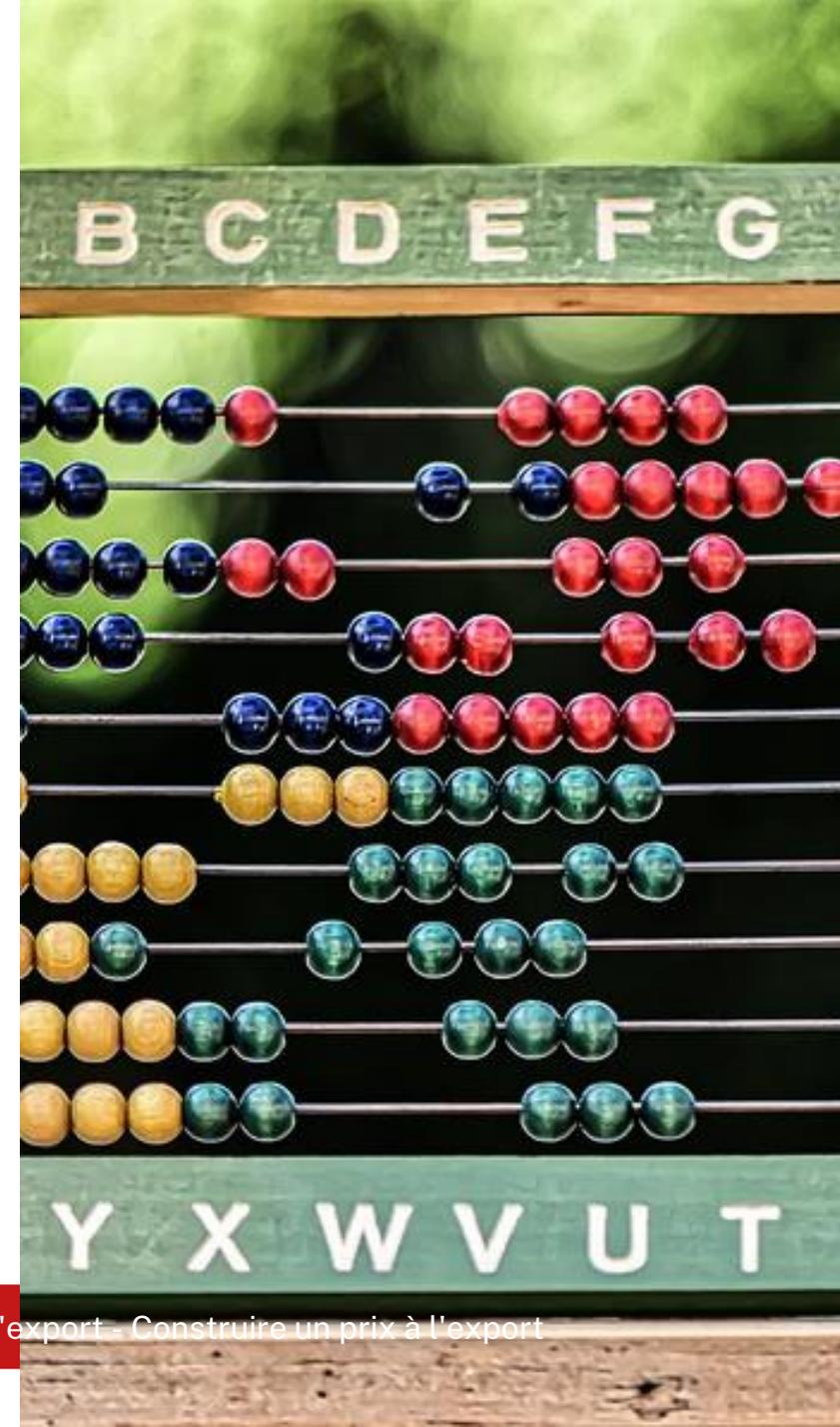


Coût marginal – Exemple

	Marché national	Marché à l'export
Frais fixes unitaires	8,00 €	0,00 €
Frais variables unitaires	12,00 €	15,00 €
Total – coût de production	20,00 €	15,00 €
Prix de vente EXW (Marge de profit de 25%)	25,00 €	18,75 €

Coût national majoré

- La méthode du coût national majoré est considérée par plusieurs comme la méthode la plus simple à utiliser, car elle s'appuie sur le même prix de base que celui du marché national, déduction faite des frais de vente et de marketing locaux, auquel on ajoute les coûts de transport et de commercialisation (étude de marché, déplacements à l'étranger, par exemple) directement liés à l'exportation.
- En revanche, cette méthode ne tient pas compte du niveau de la demande et de la concurrence dans le marché visé. De plus, si l'estimation est fondée sur des coûts de l'année précédente, cela pourrait fausser le prix final.
- La méthode du coût national majoré est utilisée fréquemment par les exportateurs qui rencontrent des difficultés à connaître les prix de la concurrence.



Coût complet



- La méthode du coût complet tient compte des coûts de production fixes et variables ainsi que des coûts variables rattachés à l'exportation. Le prix final doit être assez élevé pour couvrir l'ensemble de ces coûts. Cette méthode suppose évidemment que la clientèle visée accepte de payer ce prix.
- Bien que cette méthode soit moins attrayante que les deux précédentes, elle permet à l'exportateur de retirer le maximum de bénéfices. Cette méthode du coût complet s'applique bien au cas d'une stratégie d'écrémage, surtout lorsque le produit exporté est très différencié et n'a pas (ou peu) de concurrents.

Coût national (marginal) majoré – Exemple

-	Coût de production (A)		1.200 €
-	Coût d'achat matière première et consommables		850 €
-	Frais fixes	0,00	
-	Frais variables de fabrication	350	
-	Ajustement des droits et taxes (B)		- 120 €
-	Remboursement de la TVA	90	
-	Remboursement des droits de douane (Draw Back)	30	
-	Coût de production net (A-B)		1.080 €
-	Frais variables relatifs à l'export		245 €
-	Emballage export		50
-	Frais de publicité	40	
-	Frais de financement	20	
-	Documentation export		20
-	Assurance-crédit	15	
-	Commission agents	100	

Produit exporté : Conserve végétale
 Port d'embarquement : Dakar
 Port de débarquement : Marseille
 Incoterm choisi : CIF Marseille



Coût national (marginal) majoré – Exemple (suite)

- Prix à l'usine		1.325 €
- Marge souhaitée (20% du prix à l'usine arrondi)		265 € (1.325 * 20%)
- Prix départ-usine (EXW)		1590 €
- Frais de livraison et de douane		255 €
- Frais du transitaire	60	
- Transport routier jusqu'au port	130	
- Assurance sur transport routier		20
- Droit et redevances en douane	45	
- Frais de mise en FOB		120 €
- Prix FOB Dakar		1.965 €
- Fret maritime		300 €
- Prix CFR Marseille		2.265 €
- Assurance sur transport maritime		75 €
- Prix CIF Marseille		2.340 €



Coût national (complet) majoré – Exemple

Produit exporté : Conserve végétale
 Port d'embarquement : Dakar
 Port de débarquement : Marseille
 Incoterm choisi : CIF-Marseille

- Coût de production (A)		1.500 €
- Coût d'achat matière première et consommables		850 €
- Frais fixes		300
- Frais variables de fabrication	350	
- Prix de vente national (marge de 20%)		1.800 € (1.500 * 1.20)
- Ajustement des droits et taxes (B)		- 120 €
- Remboursement de la TVA	90	
- Remboursement des droits de douane (Draw Back)	30	
- Coût de production net (A-B)		1.380 €
- Frais variables relatifs à l'export		245 €
- Emballage export		50
- Frais de publicité	40	
- Frais de financement	20	
- Documentation export		20
- Assurance-crédit	15	
- Commission agents	100	



Coût national (complet) majoré – Exemple (suite)

- Prix à l'usine			1.625 €
- Marge souhaitée (20% du prix à l'usine)			325 € (1.625 * 20%)
- Prix départ-usine (EXW)			1.950 €
- Frais de livraison et de douane			255 €
- Frais du transitaire	60		
- Transport routier jusqu'au port	130		
- Assurance sur transport routier		20	
- Droit et redevances en douane	45		
- Frais de mise en FOB		120 €	
- Prix FOB Dakar			2.325 €
- Fret maritime		300 €	
- Prix CFR Marseille			2.625 €
- Assurance sur transport maritime		86 €	
- Prix CIF Marseille			2.711 €

Prix du marché étranger

- Un exportateur qui vend des produits peu différenciés a une marge de manœuvre réduite quant à sa politique de prix. Il n'a souvent d'autre choix que de s'aligner sur les prix fixés par la concurrence.
- La méthode du prix du marché étranger suppose que l'exportateur connaisse son coût de revient et que le prix moyen sur le marché étranger soit supérieur à ce coût. Dans le cas contraire, il ne serait pas judicieux pour lui d'exporter à perte.
- L'exportateur doit également connaître les prix de détail, les prix d'achat des distributeurs et les taux d'escompte offerts par les concurrents, afin d'ajuster son prix en conséquence.



06.

Pricing à l'export – Stratégies de prix



Stratégie d'attaque

L'exportateur qui opte pour une stratégie de pénétration (ou un prix d'attaque) vend son produit à un prix relativement bas, mais qui couvre son coût de revient. L'objectif en est de s'emparer rapidement d'une bonne part de marché. Une telle stratégie marche généralement dans les marchés où les consommateurs sont sensibles aux prix.



Stratégie d'écrémage

- L'exportateur peut offrir ses produits à des prix élevés pour engranger une marge de profit plus importante et/ou positionner ses produits à un niveau de qualité supérieur. Dans ce second cas de figure (objectif de positionnement), cette stratégie pourrait être adoptée même en l'absence d'une situation de monopole.
- L'inconvénient des prix élevés est que la concurrence s'intéresse rapidement à un marché lucratif. Par conséquent, la marge bénéficiaire ne peut généralement être maximisée que durant un court laps de temps. L'exportateur doit donc être à l'affût des mouvements de la concurrence sur son marché pendant la phase d'écrémage.



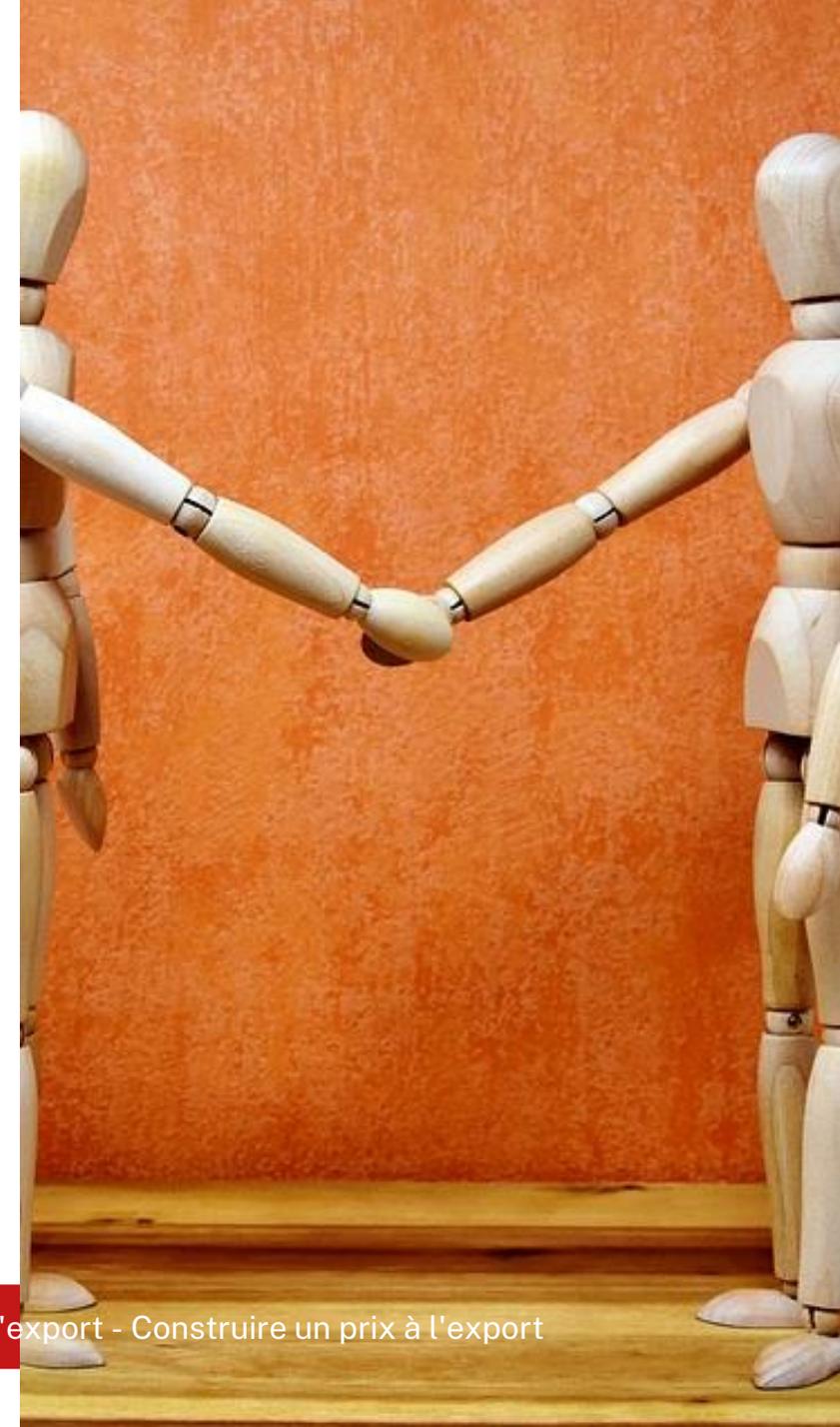
Stratégie de prix fixes

L'exportateur peut offrir ses produits au même prix que sur le marché local en y ajoutant ou non les frais d'expédition. Cette stratégie de prix fixes est simple à administrer, mais ne tient pas compte de la réalité des prix sur le marché étranger. Cela pourrait dévaloriser le produit ou inciter les concurrents à opter pour une stratégie de pénétration qui détournerait la clientèle des produits de l'exportateur.



Stratégie de prix variables ou flexibles

L'exportateur peut offrir des prix différents à diverses clientèles, ce qui constitue une stratégie de prix variables (ou flexibles). Cette approche permet d'obtenir un rendement de l'investissement ou de l'exportation plus intéressant que la stratégie de prix fixes ; toutefois, elle risque de mécontenter certains clients s'ils découvrent qu'ils ont payé un prix plus élevé pour le même produit.





Alors, comment choisir ?

Pour choisir la bonne stratégie, l'exportateur doit connaître, entre autres,

- sa structure de coûts internes;
- les frais fixes couverts par ses ventes sur le marché national;
- sa capacité de production;
- les prix des concurrents;
- le prix psychologique et
- le pouvoir d'achat des acheteurs étrangers

Les frais fixes ne devraient pas être imputés aux unités destinées à l'exportation, car cela en gonflerait le prix, ce qui se traduirait par la perte d'un avantage concurrentiel important.

07.

Pricing à l'export –
Construction du prix



Processus de fixation des prix à l'export

1. Calculer le coût de production du produit ;
2. Déterminer les coûts de commercialisation pour l'exportation ;
3. Calculer les coûts d'adaptation au marché cible, lesquels comprennent notamment :
 - Les permis spéciaux
 - La publicité
 - Le transport et les frais de séjour
 - Le matériel promotionnel
 - La location et l'installation d'un stand lors de foires commerciales
 - L'étiquetage
 - La modification de l'emballage
 - La modification du produit lui-même

Processus de fixation des prix à l'export

4. Déterminer les coûts de livraison des marchandises selon l'Incoterm négocié
5. Se renseigner sur les prix des concurrents
6. Se renseigner sur le prix psychologique
7. Choisir une stratégie de prix
8. Définir une marge bénéficiaire
9. Fixer un prix de base, de préférence dans une monnaie stable
10. Établir une grille de prix pour le marché cible

Processus de fixation des prix

Dans le processus de calcul des prix à l'export, il est nécessaire de tenir compte d'autres facteurs d'influence et en particulier

- de l'incoterm choisi
- des droits de douane du pays destinataire et les conditions de paiement
- du mode de règlement choisi qui peut impliquer une immobilisation des fonds sur une période plus ou moins longue
- des fluctuations probables de change





Processus de fixation des prix à l'export

- **Coût de revient de base**
 - Coûts relatifs à la préparation à l'export
 - frais d'étude
 - frais de commercialisation
 - frais financiers
 - couverture des risques
 - frais de logistique
 - - réductions dues à l'utilisation du perfectionnement actif
- **Coût de revient complet**
 - Frais divers (cautions...)
 - Marge
- **Prix de vente Départ usine (EXW)**

Processus de fixation des prix à l'export

- **Prix de vente Départ usine (EXW)**
 - + Préacheminement
 - + Dédouanement à l'exportation
 - + Transport principal et assurance
 - + Dédouanement à l'importation
 - + Post-acheminement
 - + Assurance
 - + Stockage (éventuel)
 - + Marges de la distribution (grande consommation) ou frais d'installation (produit industriel)
- = **Prix de vente final sur le marché étranger**



08.

Conclusion -



CONCLUSION

Principaux messages

- Le bon prix est l'un des principaux piliers de votre succès sur les marchés étrangers et doit être décidé en relation avec votre stratégie de marketing à l'export afin de soutenir le positionnement de votre produit/service
- Calculer et définir le bon prix à l'export dépend de la qualité des informations sur le marché et la logistique
- Calculer votre prix à l'export de manière à le proposer selon différents incoterms dont vous devez mesurer les risques
- À moins d'opter pour une stratégie d'écrémage et seulement si le marché accepte de payer un prix élevé, ne tenez pas compte des frais fixes. Imputez-les entièrement sur les produits locaux





SheTrades

Merci de votre attention!

Des questions ?

Brahim Allali, Ph.D.

Expert international en stratégie et
développement international



www.shetrades.com



womenandtrade@intracen.org



[@ITCSheTrades](https://www.facebook.com/ITCSheTrades)



[@ITCNews](https://twitter.com/ITCNews)



[@internationaltradecentre](https://www.instagram.com/internationaltradecentre)

© International Trade Centre 2022