

Guide pour les exportateurs Mauritanien

1. QUEL EST VOTRE POTENTIEL D'EXPORTATION – Etes-vous prêt pour l'exportation

- Est-ce que vous avez un produit qui est en demande sur un marché spécifique ?
- Estimez-vous que votre produit soit exportable (de qualité internationale, emballage de niveau exportable, aux normes international, prix compétitif) ?

2. PREPARATION A L'EXPORTATION

- Connaissez-vous les marchés potentiels pour vos produits ?
- Avez-vous une société dument enregistrée ?
- Avez-vous du support matériel et technique afin de pouvoir répondre aux besoins de l'activité d'exportation ?
- Disposez-vous de ressources financières, d'informations sur le produit, une liste des prix, un site web.
- Avez-vous fait une analyse FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunités Menaces)

3. SELECTION DES PRODUITS ET MARCHES VISES

- Vous devriez être au courant des législations et règlementations et pratiques des affaires dans le pays visé.
- Vous devriez songer à visiter les distributeurs/représentants sur le marché visé et les visites vous permettront de connaître davantage les informations sur marché à travers les rencontres avec des clients potentiels.
- Il est conseillé de sélectionner un marché à fort potentiel et à faible risque qui convient le mieux à vos produits / services.
- Quel que soit la taille du marché il est important de le connaître de manière très détaillée, à travers une étude de marché structurée, de manière à minimiser les risques et les coûts liés à une nouvelle entreprise.
- Chaque marché a ses propres spécifications. Vous devrez adapter votre produit aux exigences du ou des marchés cibles.
- Une bonne indication sur le marché cible serait le type de relation commerciale que Mauritanie entretien avec le marché cible. Accord Commercial/ Accord de libre Echange etc)

- Type de pays, niveau de vie/pouvoir d'achat - visiter les sites web sur le marché cible
- L'évaluation de l'environnement des affaires est importante afin d'avoir des informations tels que : le cadre politique, économique, social, technologique, juridique et environnemental du pays sont essentielles pour déterminer votre niveau d'engagement sur le marché.

4. RECHERCHE SUR LE MARCHE A L'ETRANGER

- Il est important de collecter toutes les informations sur votre produit et sur le marché visé afin de mieux planifier votre activité d'exportation.
- Une étude de marché permettra d'identifier le marché approprié, les clients, les canaux de distributions, le meilleur moyen pour faire la promotion de votre produit et aussi les concurrents sur le marché.
- Les outils smart présenté dans ce site vous aideront à trouver des informations pour alimenter votre recherche sur le marché visé.
- Visite du marché cible - il est toujours conseillé de visiter le marché pour constater par vous-même les opportunités qu'il offre pour vos produits ou services, pour identifier les concurrents et les défis, et pour sélectionner le client avec lequel vous souhaiteriez faire affaire.
- L'acheteur peut visiter votre usine avant de passer une commande afin de vérifier votre conformité avec ses normes, et de sélectionner les modèles que vous pouvez offrir. Il est vital de préparer et planifier de telles visites.
- Participer à un Salon / Exposition - Les foires commerciales ou les expositions sont des lieux de rencontre professionnelles entre acheteurs et vendeurs. Il est toujours conseillé de visiter un salon pour voir les produits présentés et comprendre les besoins et les exigences des acheteurs. Il est primordiale qu'une telle visite soit planifiée minutieusement.
- Culture d'entreprise - Il est important que vous vous informiez des pratiques commerciales du pays cible en (langue, culture, de valeurs et code d'éthique des affaires)
- Vos concurrents – Une étude de la concurrence sur le marché cible (locales ou internationales) est crucial pour votre positionnement sur le marché cible. Des informations supplémentaires peuvent être obtenues auprès des outils SMART.
- Réglementations sur le marché cible - Chaque marché est doté de ses propres réglementations (santé, sécurité, la législation du travail, les normes sociales,

environnementales et les normes de produits). Il est impératif de les tenir en compte.

- La logistique d'exportation et les réseaux disponibles pour acheminer les produits avec succès sur le marché cible (connexions air / mer, de transport interne, de taux de fret, de documentation et d'exigences de voyage et de visa).
- Une évaluation des facteurs de risque et les défis liés aux transactions sur le marché est recommandée pour minimiser les imprévus.

5. SÉLECTION DE CANAUX DE DISTRIBUTION ET DE STRATÉGIES D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ

- La réussite des activités d'exportation dépend des canaux de distribution bien organisés qui permettent aux produits exportés d'atteindre utilisateurs finaux. Le choix judicieux du mode de distribution donnera un avantage à l'entreprises en termes d'entrée sur le marché. Vous devez savoir comment le canal de distribution est organisé pour vous aider à planifier votre entrée sur le marché.

6. L'EXPORT BUSINESS PLAN

- La planification est un élément important dans l'organisation des activités d'exportation.
- Il est vital pour toute société qui projette se lancer dans les activités d'exportations d'élaborer un « Business Plan » d'exportation afin de valoriser la société exportatrice, démontrer les capacités de l'entreprise de s'engager dans les activités de production/ d'exportation, les caractéristiques du/des produits, et faciliter la demande d'emprunt auprès des institutions financières.

7. MARKETING et VENTES

Le marketing permet à vos clients d'être au courant de votre activité ainsi que de les produits ou services offerts par votre entreprise. Une approche marketing efficace permet de cibler les intérêts des clients et de faire part de promotions ou de nouveaux produits et / ou services offerts. Une stratégie de marketing bien développé vous permet de distinguer votre entreprise des autres concurrents

- Développer Votre Plan de Marketing Export

Un plan de Marketing est un outil clé pour votre activité de vente et d'exportation. Après une analyse des facteurs internes (évaluation de votre capacité à

l'exportation) et des facteurs externes (étude du marché, d'opportunités, de concurrence, de logistique et de risques), il est important que vous établissez une proposition de vente unique (USP) de votre entreprise.

Le plan de marketing doit couvrir les éléments suivants :

- Le marché cible ;
- le canal de distribution (agents, distributeur, détaillant) ;
- Le prix du produit ;
- Une analyse de la concurrence ;
- la stratégie de promotion ;
- la logistique (transitaire, courtier en douane, compagnies maritimes, compagnies aériennes) ;
- Les centres de service après-vente et d'assistance ;
- les ressources nécessaires (budget et personnel) ;
- Risques et facteurs atténuants ;
- Votre USP (prix, caractéristiques, qualité, service client, marque et technologie).

E-Marketing

- Compte tenu de l'envergure du commerce électronique avec l'utilisation des applications mobile qui permet d'atteindre une clientèle dans les régions les plus éloignées, Le marketing électronique est devenu un outil de marketing incontournable à la disposition des entreprises.
- Il est important de disposer de toutes les informations pertinentes sur votre produit, y compris des photographies, et d'une base de données des acheteurs potentiels.

8. L'IMAGE DE MARQUE

Une Image de marque ne se résume pas à votre logo et à votre slogan. C'est la façon dont vos produits ou services de votre entreprise sont perçus par les clients.

La réputation ou l'impression que vous créez devient l'identité de votre marque.

Respectez votre promesse à tout moment. Votre marque est une indication de votre position par rapport à vos concurrents. Il est recommandé de consulter des spécialistes dans le domaine pour les initiatives d'envergure.

9. PRIX d'EXPORTATION

L'identification du mécanisme pour déterminer votre prix à l'exportation est crucial pour votre activité d'exportation. Le choix d'une stratégie de calcul de prix l'exportation vous permettra de maximiser votre marge bénéficiaire, d'optimiser les ressources et s'assurer une croissance du volume des ventes. Il faudra cerner tous

les facteurs influant sur le prix et aussi comprendre l'impact de la volatilité des marchés.

10. LES FOURNISSEURS DE SERVICES

Tout activité d'exportation nécessite les services d'un courtier en douane et d'un transitaire agréé qui vous aideront à choisir l'itinéraire et le prix le plus économique, ainsi que la compagnie / l'agent de transport maritime le plus fiable.

11. FORMALISATION CONTRAT DE DISTRIBUTION

Pour tout exportateur, il est indispensable qu'un accord de distribution soit formalisé entre l'exportateur et le distributeur du pays (acheteur / importateur / revendeur à l'étranger) afin d'éviter les malentendus futurs. Le but d'un accord de distribution est de définir clairement les responsabilités de chaque partie. Chaque clause du contrat doit être vérifié avec soin. Toute erreur ou omission peut être coûteuse et même entraîner l'annulation des commandes.

Un contrat doit stipuler les suivants :

- Spécification détaillée de la marchandise
- Quantité commandée
- Prix convenus
- Instructions d'emballage et d'étiquetage
- Conditions de transport (air, mer et destination)
- Dates d'expédition
- Modes de paiement
- Règlement des différends (arbitrage, tribunal compétent)

12. SECURISER LES COMMANDES D'EXPORTATION

La réussite de toute activité d'exportation est basée sur le renouvellement et la croissance de la commande. Il est donc crucial de fidéliser vos clients dès votre première commande dans le but de maintenir la présence de l'entreprise. Le processus de fidélisation dépend des négociations solides accompagné qu'un suivi continue avec vos clients pour que les commandes soient sécurisées.

Conseils pour fidéliser la clientèle

- Tenez votre promesse.
- Une communication efficace et constante avec vos clients.
- Un service client professionnel, un suivi efficace et la mesure de satisfaction continue.
- Une relation personnalisée est toujours souhaitée.
- Un renforcement des capacités de votre personnel est vital.
- Un certain degré de flexibilité à vos clients fiables.

13. PROCEDURES d'EXPORTATION ET DOCUMENTATIONS

La connaissance des documentations requises sur les marchés d'exportation est une des conditions sine qua non concernant toute activité d'exportation. Il faudrait noter que ces documents diffèrent selon les pays/marchés et secteurs. Tout exportateur doit se munir de documents d'exportation actualisés et correctement remplis pour éviter les retards de traitement des dossiers, de dédouanement et de livraison. Les retards dans l'expédition des produits pourraient affecter la relation de fidélité avec votre clientèle.

14. LA CONNAISSANCE DES INCOTERMS

Il est important de faire la connaissance des termes utilisés dans les affaires internationales. Les termes du commerce international universellement acceptés, communément sont appelés INCOTERMS qui régit le commerce entre pays.

- **CODES HS**
Vous devez également connaître la description correcte des produits, qui sont classés dans les numéros de tarif du tarif douanier, également appelé code du système harmonisé ou plus communément code H.S.
- **FACTURE COMMERCIALE**
La facture commerciale est un document important pour le commerce international. Il sert de document de déclaration en douane fourni par l'exportateur aux fins du contrôle douanier, de l'évaluation et de la détermination des droits et taxes.
Ce document identifie le produit en cours d'expédition et contient les informations suivantes :
 - Le nom complet et les informations d'adresse de l'exportateur (expéditeur) et de l'importateur (destinataire), y compris les adresses de téléphone, de télécopieur et de courrier électronique.
 - Description complète du produit et de son code H.S
 - Conditions de vente (Incoterms)
 - Pays d'origine (où est fabriqué)
 - Quantité exportée, avec valeur unitaire et valeur totale
 - Nombre de colis et poids total
 - Signature et date de l'exportateur / de l'expéditeur
- **CONNAISSEMENT**

Le connaissement (B / L) est un titre de propriété délivré par ou pour la compagnie de transport (le transporteur) qui fournit les détails des marchandises transportées et les conditions d'expédition, donnant le titre de cet envoi à un destinataire, qui doit remettre une copie négociable du B / L pour prendre possession de la marchandise. Le connaissement est l'un des documents les plus importants du processus d'expédition.

- **CERTIFICAT D'ORIGINE**

Le certificat d'origine, également appelé certificat de circulation des marchandises, est un document commercial international important attestant de l'origine des marchandises expédiées.

- **LETTRE DE CRÉDIT**

La lettre de crédit (LC) est un document émis par une banque et constitue une garantie de paiement de la part du destinataire des marchandises (l'importateur) à l'exportateur jusqu'à concurrence du montant indiqué sur la lettre de crédit, à condition que toutes les conditions de livraison mentionnées sur le LC sont satisfaites. Pour recevoir le paiement, l'exportateur devra produire le LC avec les documents stipulés, y compris la facture.

15. MODALITES DE PAIEMENTS

- Comprendre les différents types de paiements représente un élément vital pour pouvoir choisir les conditions de paiement les plus appropriées pour vos transactions commerciales et la réception des paiements. La gestion de votre trésorerie en dépend et cela peut influencer votre capacité d'acheter les biens ou les services nécessaires à la fabrication ainsi que pour la livraison à vos clients. Un autre élément à considérer est la volatilité des taux de change, car les fluctuations peuvent affecter la rentabilité et les prix.

16. LE FINANCEMENT DE VOS OPERATIONS D'EXPORTATION

Comment développer et financer votre activité d'exportation ? Vous devez examiner la capacité financière de votre entreprise en explorant toutes les options de financement, et par conséquent déterminer le montant des fonds dont vous aurez besoin pour financer vos opérations d'exportations.

- *Examiner votre capacité financière*

Votre capacité financière dépend de la situation financière de votre entreprise. Votre demande de prêts bancaires supplémentaires, par exemple, dépendra de la situation en fonds propres de votre entreprise ou de votre engagement en termes de dettes. Vous pourriez contacter votre banque pour une évaluation de la solidité financière actuelle de votre entreprise et de son admissibilité à des prêts ou à des facilités de crédit.

- Options de financement à votre disposition

Fonds propres

Si votre entreprise est solide sur le plan financier, cela pourrait être la meilleure option pour vous avec aucuns intérêts à payer sur les prêts la non-dépendance de la trésorerie sur les engagements de remboursement.

Prêts bancaires ou facilités de crédit

Généralement, les entreprises ont recours à ce mode de financement pour l'expansion des affaires. Il est important d'identifier la banque appropriée et planifier minutieusement les termes et conditions de votre prêt ou de votre facilité de crédit pour optimiser votre retour sur investissement par rapport à vos besoins en matière de dette.

Amis, parents et famille

Les amis, les parents et la famille peuvent constituer une source d'aide financière pour l'expansion de vos activités, sans frais ou aussi demander une part de l'entreprise. Cela représente une option s conviviale et flexible qui pourrait comprendre des risques (relations personnelles) en cas de réduction des activités ou de pertes. Il est également sage de documenter les conditions de ces prêts même si vos contacts personnels n'y insistent pas.

Nécessité des plans d'entreprise et stratégie d'exportation

Il est nécessaire d'avoir un plan commercial écrit et un plan stratégique d'exportation si vous avez l'intention de solliciter un emprunt bancaire ou des facilités de crédit.

Déterminer le montant des fonds dont vous avez besoin

Une prévision financière est essentielle pour déterminer le montant des fonds dont vous avez besoin. Votre plan financier vous permettra d'évaluer le montant du financement requis et s'il est nécessaire d'avoir recours à un emprunt. Les éléments de base que vous devrez peut-être inclure dans votre plan financier sont les suivants:

- Sources de revenus sur le marché étranger - Prix par unité de produit chaque année, ventes projetées en tenant compte de la concurrence et de la demande sur le marché et méthodes de revenus collectifs sur le marché étranger (c.-à-d. Avance en espèces ou lettres de crédit).
- Coût du financement - Intérêts, conditions de remboursement et assurance-crédit.

- Coût des marchandises et des ventes - Assurance cargaison, légalisation consulaire, chargement de conteneurs, expédition, documentation et emballage d'exportation, droits d'importation, déchargement ou quai des camions, coûts de télécommunication et conditions de paiement des fournisseurs (liste non exhaustive).
- Frais de promotion des exportations et de marketing - publicité, salons, fournitures, voyages, matériel de promotion, matériel de communication (liste non exhaustive)
- Frais d'exportation - Frais de notaire, de commission, d'expédition, de primes d'assurance, de salaires, de fournitures de bureau (liste non exhaustive).
- La liste ci-dessus est non exhaustive, d'autres facteurs, tels que la volatilité des taux de change et les taxes (prix de transfert, impôt sur les sociétés du marché, conformité fiscale des particuliers, par exemple) peuvent également affecter considérablement vos flux de trésorerie.
- Il est toujours conseillé de contacter un consultant / comptable en exportation lors de l'élaboration de votre plan de financement des opérations d'exportation.

17. COMPRENDRE LES RISQUES À L'EXPORTATION

- Chaque exportateur doit être conscient des défis et des risques liés à la vente de ses produits et services à d'autres pays. Ces risques peuvent être:

- *Risque politique*

En tant qu'exportateur, vous pouvez être confronté à des risques d'instabilité politique sur votre marché d'exportation, ce qui peut perturber votre activité. Cela peut entraîner des retards de paiement ou risque de non-paiement, la mise en place de contrôles des changes, la saisie de biens et d'actifs et une modification de la politique commerciale, entre autres.

- *Risque juridique*

La connaissance des différences entre les lois et les réglementations est essentielle avant de vous engager sur votre marché d'exportation. Enquêter vous sur le fonctionnement du judiciaire lié au règlement des litiges, à l'arbitrage, à la protection de la propriété et aux droits de propriété intellectuelle, aux lois sur l'emploi, la santé et la sécurité, ainsi qu'au système judiciaire.

- *Risque de corruption*

Tenez compte de la législation sur la corruption dans le pays vers lequel vous souhaitez exporter.

○ *Le risque de conformité*

Chaque pays applique une forme de restriction aux importations de biens et de services sur la base des normes de conformité établies et des normes concernant:

- Législation du travail
- Santé et sécurité
- Le besoin d'un certificat phytosanitaire valable
- Les lois sur la quarantaine (exportation des animaux)
- Sécurité nationale
- Conformité aux normes
- Conformité environnementale

○ *Risque de change*

Le suivi de l'évolution du taux de change en vigueur de la devise dans laquelle vous libellez vos exportations est cruciale pour vos activités d'exportation. Toute erreur dans la détermination du prix en devise étrangère peut être préjudiciable à votre entreprise, en érodant votre marge bénéficiaire ou en entraînant une perte. Vous pouvez vous protéger contre les risques de change en citant vos prix en USD et en vous protégeant contre les fluctuations des devises. (consultez toujours votre banque)

○ *Risque de non-paiement*

Il est important de sélectionner des partenaires commerciaux fiables. Cependant, le risque de non-paiement si vous utilisez une politique de compte ouvert est toujours présent. Il est conseillé d'utiliser des conditions de paiement plus sûres telles que l'encaissement anticipé ou une lettre de crédit irrévocable.

ATTENTION: soyez prudent lorsque vous proposez des conditions de crédit prolongées, en particulier aux nouveaux clients. Vous pouvez vous protéger contre le risque de non-paiement en souscrivant une couverture appropriée à l'assurance-crédit à l'exportation.

La clause de non-responsabilité

"Les positions exprimées sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement l'opinion officielle de l'Union européenne. Ni l'Union européenne ni aucune personne agissant au nom de l'Union européenne n'est responsable de l'utilisation qui pourrait être faite de ces informations. Ni l'Union européenne ni Tradecom Il ne sont responsables ou ne peuvent être tenus responsables de toute perte subie du fait de l'utilisation du contenu de ces informations. "