

Commerce extérieur

Une grande partie des biens consommés en Suisse sont importés. D'autre part, une grande partie des biens produits en Suisse sont exportés à l'étranger. Grâce à l'ouverture des marchés ainsi que les voies de communication et de transport mondiales de nouveaux marchés sont accessibles aujourd'hui.

Cependant, de nombreux pays qui possèdent leur propre production industrielle et agricole essaient de la protéger malgré l'obstacle commercial des produits étrangers. Pour être quand même en mesure de faire des exportations bon marché, des pays concluent entre eux des accords de libre-échange ou rejoignent la zone de libre-échange.



Bild: Ari Liloan

Conten

Important : à quoi dois-je faire attention lorsque je lis le texte des connaissances de la branche ?!	2
Importance du commerce extérieur	3
Le commerce libre	5
Zones et accords de libre-échange	7
L'Union européenne - EU	8
Avenir de la collaboration Suisse - UE	9
Organisation mondiale du commerce - OMC	9
Mesures unilatérales	10
Risques liés au commerce extérieur	11
Les instruments sécurisant le paiement	13
Structures de l'administration des douanes	15
Formalités douanières	17
Régimes douaniers	18
Procédure simplifiée pour la réception et l'expédition	20
Tarif des douanes	20
Tares	21
Taxe à la valeur ajoutée	22
Accords de libre-échange: règles d'origine / le certificat d'origine	23
Commerce extérieur	27

Objectif évaluateur CI**1.1.1.5.1 Signification du commerce extérieur (C5)****1.1.1.5.2 Douanes/législation douanière (C3)****1.1.1.5.3 Règles d'origine/documents originaux (C2)****1.1.1.5.4 Risques/instruments de garantie de paiement (C2)****Important : à quoi dois-je faire attention lorsque je lis le texte des connaissances de la branche ?!**

Le texte prévoit une marge à droite pour que vous puissiez prendre des notes. Travaillez le texte en ajoutant des repères et des symboles pour vous aider à structurer votre pensée :

? J'ai une question que je pose dans le CI.

! Information à mémoriser qui me semble particulièrement importante.

Exemple J'ai un exemple à ce sujet issu de l'entreprise formatrice.

Vous pouvez bien sûr utiliser d'autres symboles.

Enfin, répondez aux questions du texte sur la connaissance de la branche à la dernière page.

Importance du commerce extérieur

Termes

Le commerce entre différents pays est appelé commerce extérieur ou commerce international. Le commerce international n'est pas une invention récente : par exemple, au 6ème siècle avant J-C, donc il y a environ 2'500 ans, des tissus en soie ont été amenés de Chine en Europe centrale par la route de la soie. Des restes de cette soie ont été trouvés dans la tombe d'un prince celte.

Selon le sens dans lequel le flux de marchandise circule, nous distinguons le commerce d'exportation ou le commerce d'importation.

La Suisse importe

Raisons pour l'importation par la Suisse
– Car des biens et des services ne peuvent pas être produits dans un pays ou n'y sont pas disponibles.	Pétrole, café, ananas, métaux
– Car des biens et des services peuvent bien être produits dans un pays mais en quantités trop faibles ou en qualité insuffisante	Céréales, vin, motos
– Car des biens et des services ne sont produits dans un pays qu'à des coûts trop élevés	Vêtements, chaussures, natels, appareils de sport, aciers
– Car pour certains produits, la demande intérieure d'un pays n'est pas suffisante pour pouvoir supporter certains coûts (développement, recherche, stockage, etc.)	Autos, acier, produits chimiques

Chaque année, la Suisse importe de la nourriture, des vêtements, des chaussures, des machines, des articles électroniques, des matières plastiques, des voitures, des meubles et des métaux, pour un total d'environ 180 milliards de francs.

Export par la Suisse

La Suisse possède peu de matières premières (gravier, calcaire, argile, granit, sel, l'eau des barrages de montagne qui est utilisée pour la production d'électricité). Elle doit tout d'abord importer les pièces brutes ou semi-fabriquées avant de poursuivre la production (donc finaliser) afin de pouvoir exporter les produits finis.

L'exportation exige l'importation	
Importation : pétrole	→ Plastique pour les montres Swatch
Importation : fèves de cacao	→ Chocolat au lait
Importation : matière de base	→ Produits pharmaceutiques

Les produits chimiques (1/3 des exportations), machines, instruments optiques, montres, appareils pour la technique électronique et les instruments de précision sont les biens les plus importants que la Suisse exporte. Le total des exportations est un peu plus grand que le total des importations.

Commerce extérieur Suisse

En Suisse, la part des exportations et des importations s'élèvent chacune à environ $\frac{2}{5}$ du produit intérieur brut (PIB 2020 total environ 702 Mrd CHF). Afin de pouvoir approvisionner la population suisse en alimentation, nous sommes dépendants des importations car seulement environ deux tiers de la demande sont produits en Suisse. Ainsi, notre pays est donc fortement tributaire du commerce extérieur. Le plus important partenaire commercial de la Suisse est l'Allemagne.

Importations : Le montant total des importations est de 182 milliards CHF. La Suisse obtient ainsi de l'étranger des biens représentant environ 42% de son PIB. Environ 27% des importations proviennent d'Allemagne, suivie par l'Italie avec 9%.

Exportations : Les exportations totales s'élèvent à 225 milliards CHF. Inversement, environ 60% de tous les biens produits sont exportés. Environ 18% de toutes les marchandises exportées sont destinées à l'Allemagne. Les États-Unis suivent avec 17%.

Ainsi, la Suisse a réalisé un excédent de 43 milliards de francs dans la balance commerciale en 2020, bien que les importations aient diminué de 7% et les exportations de 11% par rapport à l'année précédente en raison de Corona.

(Source : Administration fédérale des douanes)

Le **produit intérieur brut** (PIB) correspond à la valeur totale de tous les biens (marchandises et prestations de service) produits en une année à l'intérieur des frontières politiques d'une économie nationale et consommés sur place.

La politique de l'économie extérieure

Objectifs de la politique du commerce extérieur	Instruments du commerce extérieur
Conservation de l'indépendance par rapport à l'étranger Promotion du bien-être commun Réduction des obstacles au commerce sur les marchés internationaux Elaboration et conservation de conditions-cadres avantageuses pour le commerce Garantie de l'approvisionnement du pays	Douanes Interdiction d'importation, d'exportation et de transit Monopole sur le commerce extérieur Surveillance des importations et exportations Limitation des quantités importées et exportées Autres taxes et redevances douanières Contrôle des prix Marchés publics Obstacles techniques au commerce Prestations financières Soutien pratique dans les questions de déroulement des importations et des exportations

Globalisation pour l'échange des marchandises

La Suisse, à l'instar de tous les autres pays du monde, importe et exporte des biens et des prestations de service de toutes sortes, et participe à cet échange mondialisé. La Chine et les États-Unis sont en tête de la liste des nations commerciales aussi bien pour l'importation que pour l'exportation. La Suisse se positionne actuellement au 17^{ème} rang.

Le consommateur n'est pas conscient du parcours que certains produits font avant d'arriver dans les rayons des commerces :

Parcours de production et commercialisation d'un jean	Récolte du coton au Kazakhstan ou en Inde Filage et coloration du fil (avec des produits chimiques européens) en Chine Fabrication du tissu de jeans sur des machines à tisser en Chine Découpe de toutes les pièces en Chine Couture et finition (décoloration, etc.) en Turquie Vente en Suisse
--	--

Le commerce libre

La division internationale du travail

De même que les êtres humains se différencient par leur capacité et leur disposition à faire les choses, des différences considérables existent entre les pays : le climat, les possibilités et les conditions de croissance et de décroissance, main d'œuvre et outils existants, formation, niveau technique et matière première existante. Par conséquent, certains pays ont des avantages au niveau des coûts de production (par exemple production de pétrole, de café, d'or, d'automobiles, d'ordinateurs, de textiles ou de fromage). Il existe également des pays qui offrent des prestations financières ou des prestations touristiques meilleurs marchés.

Grâce à ces avantages au niveau des coûts, ces pays produisent des biens ou des services à des coûts unitaires plus bas et peuvent les offrir sur le marché mondial à des prix intéressants. Malgré cela, les producteurs font des profits.

De même que la division du travail entre les êtres humains peut faire évoluer la prospérité, la division internationale du travail conduit à un meilleur niveau de bien-être des personnes concernées.

Avantages du libre-échange	Désavantages du libre-échange
Production de marchandises à des coûts unitaires bas	A cause des grandes distances, les coûts de transport augmentent
Prix avantageux sur le marché d'approvisionnement	Bilan environnemental négatif dû aux multiples transports et aux conséquences de la monoculture
La spécialisation pour certains biens / groupe de biens apporte du know how (savoir-faire) et une qualité supérieure aux fabricants	Cause possible de gaspillage des ressources et pillage mondial de la nature et des matières premières dans les pays en voie de développement
La flexibilité et la capacité d'adaptation des différentes économies des pays font progresser la concurrence	La monoculture favorise la dépendance d'un pays étranger (par ex. bananes, café, la jute : les pays producteurs dépendent de la demande et de l'évolution des prix sur le marché mondial)
Augmentation de la prospérité pour tous les participants	Remplacement des fournisseurs nationaux du marché par des fournisseurs étrangers moins chers, ce qui conduit au chômage pour les travailleurs nationaux
	Dans certaines branches, nous devons nous protéger de la concurrence étrangère, afin que, en cas de crise ou de guerre, nous puissions assurer notre approvisionnement (par ex. approvisionnement alimentaire)

Le commerce international crée la prospérité. Donc les barrières commerciales (douanes, contingentement, etc.) doivent être supprimées. L'économie mondiale devrait fonctionner grâce à la division du travail, la spécialisation et la concurrence. Les avantages qu'apporte aux pays concernés ce libre-échange international sont connus depuis plus de 150 ans.

Il est donc étonnant que nous n'ayons pas pu mettre complètement en pratique cette théorie.

Obstacle au commerce

Une des raisons est le protectionnisme (politique de protection de la production nationale contre la concurrence étrangère) : des groupes d'électeurs et des groupes d'intérêt (lobby) exigent des protections étatiques ; en vue d'améliorer leur chance de réélection, les politiciens les accordent. Le protectionnisme provoque toujours une redistribution des revenus en faveur des producteurs protégés au détriment du consommateur.

Les états disposent de beaucoup de possibilités de protéger leurs branches économiques nationales :

Types de mesure	Conception et suivi
Mesures tarifaires	Frais de douane et impôts sur les importations. Résultat : les marchandises concernées seront donc plus chères
Mesures non tarifaires	Normes nationales et réglementations, par exemple concernant la sécurité, la technique, la protection de l'environnement, les formalités douanières, etc. Résultat : les marchandises concernées seront donc plus chères
Contingentement	Restriction quantitative à l'importation lorsque la production nationale peut offrir assez de marchandises pour le marché intérieur ou des restrictions de certaines quantités par année. Résultat : il n'y pas de concurrence pour les producteurs nationaux ; lorsque les contingents sont épuisés, il y a une interdiction d'importation
Subventions à l'exportation	Produits nationaux moins chers pour le marché mondial grâce à la contribution de finances publiques sous la forme de subventionnement. Résultat : grâce à des prix plus bas (concurrentiels), vente de la marchandise dans d'autres pays
Cartels internationaux	Des états conviennent d'un soutien mutuel en s'échangeant des biens et, de ce fait, en évitant le marché libre mondial. Résultat : d'autres pays avec des produits bon marché sont exclus
Autolimitation facultative	L'état fait appel à ses concitoyens afin qu'ils achètent les produits indigènes soutenant ainsi les producteurs nationaux. Résultat : si les citoyens s'y tiennent, les produits étrangers ont du mal sur le marché intérieur

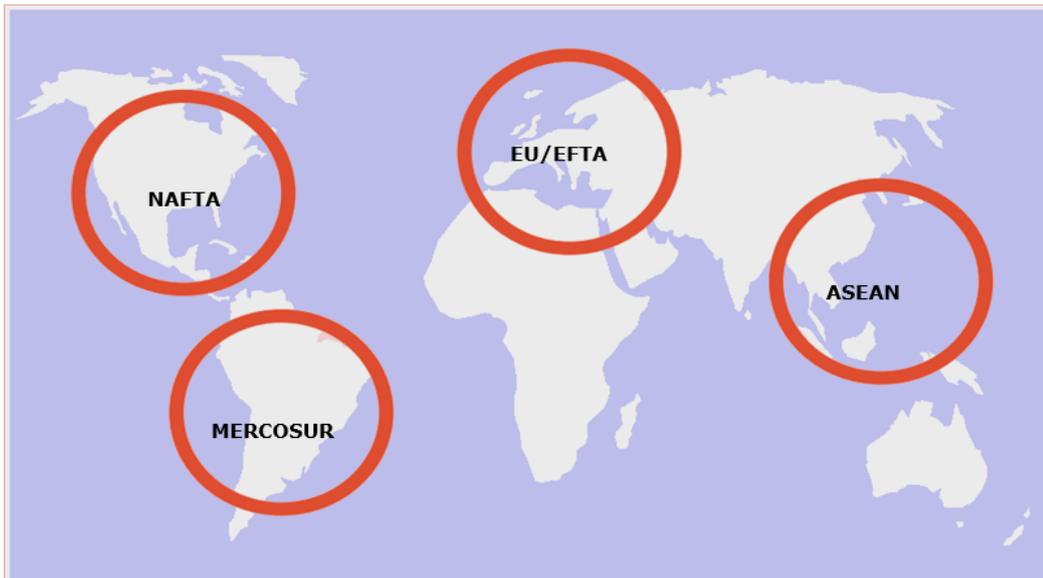
Les différents états se montrent à chaque fois très inventifs dans l'élaboration de mesures protectionnistes. Afin de profiter des avantages du libre-échange et de ne pas dépenser trop d'argent pour le protectionnisme, les possibilités suivantes existent :

Zone économique commune	Les états peuvent construire une zone économique commune , comme cela s'est passé au sein de l'Union Européenne - UE. Dans une telle communauté étatique, on s'engage au libre-échange.
Conventions multilatérales	Les états peuvent définir les conventions multilatérales (relation intervenante entre plusieurs pays ou qui engage plusieurs parties), comme par exemple dans le cadre de l'OMC (Organisation mondiale du commerce). Lors de telles conventions, chaque pays partenaire est d'accord de supprimer tout obstacle au commerce.
Mesures unilatérales	Les états peuvent prendre des mesures unilatérales , qui stimulent le commerce. Naturellement un état est gagnant à moyen et long terme lorsqu'il expose son économie à la forte

concurrence. Cependant, c'est un chemin difficile au point de vue de la politique interne.

Zones et accords de libre-échange

Zones importantes de libre-échange



NAFTA	North American Free Trade Agreement Accord de libre-échange entre les USA, le Canada et le Mexique
MERCOSUR	Mercado Común del Sur Marché commun qui regroupe plusieurs pays de l'Amérique du Sud
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations Association des nations de l'Asie du Sud-Est
EFTA	European Free Trade Association Organisation de libre-échange européenne (Norvège, Islande, Liechtenstein, Suisse)
EU	Union Européenne première puissance économique mondiale (selon le produit intérieur brut PIB)

Pour un petit pays comme la Suisse, pauvre en matières premières, les relations internationales sont essentielles pour pouvoir maintenir et développer le niveau de prospérité. Pour ceci, les accords de libre-échange et les accords tarifaires correspondants (se référer au texte connaissance de la branche Douane) jouent un rôle central pour l'accès aux marchés étrangers.

L'UE est de loin le principal partenaire commercial de la Suisse et a depuis des années un accord avec l'AELE qui permet aux entreprises suisses de bénéficier de tarifs de douane préférentiels. Outre la convention de l'AELE et l'accord de libre-échange avec l'UE, la Suisse dispose d'un réseau de divers accords de libre-échange avec des partenaires n'appartenant pas à l'Union européenne. Ceux-ci sont habituellement conclus dans le cadre de l'Association européenne de libre-échange (AELE). Toutefois, la Suisse a la possibilité de conclure des accords de libre-échange en dehors de l'AELE, comme cela a été le cas pour le Japon et la Chine. Des négociations avec l'Inde sont menées actuellement (voir [Aperçu des accords de libre-échange](#))

En plus de la circulation des biens, des prestations de services et des investissements sont inclus dans les accords. Il s'agit de s'assurer que les entreprises de service et les investisseurs de la Suisse ne soient pas victimes de discrimination sur les marchés étrangers par rapport à d'autres pays. Il est tout aussi important que l'accord de libre-échange de la Suisse permette des importations à bas prix qui sont bénéfiques aux consommateurs et aux producteurs.

L'Union européenne - EU

A l'origine, l'Union européenne - UE - est une alliance de pays démocratiques européens qui se sont engagés à la préservation de la paix et à la poursuite de la prospérité. A partir de 1986, on observait l'objectif du marché intérieur européen qui devait être réalisé par quatre objectifs :

- Libre circulation des personnes
- Libre circulation des biens
- Libre circulation des services
- Libre circulation des capitaux

Au sein de l'UE, les marchandises peuvent être envoyées sans contrôle douanier, elles peuvent être utilisées sans contrôles supplémentaires sur le marché. Les personnes peuvent se déplacer pour travailler sans problème dans un autre pays membre. Ces mesures facilitent le commerce et contribuent à la baisse des prix à la consommation.

Avenir de l'UE

Au cours de l'été 2016, la population de la Grande-Bretagne a voté pour quitter l'UE. Après de longues négociations, la Grande-Bretagne a quitté l'UE le 1^{er} janvier.2021. Dans l'avenir si la Suisse veut travailler avec l'Angleterre il faut faire des accords comme p.ex. les accords bilatéraux de l'UE.

Accords bilatéraux Suisse – UE (les accords ont été dénoncés)

La Suisse entretient des relations étroites avec l'Union européenne tant au niveau politique qu'économique et culturel. Ces relations sont réglées par un traité d'accords bilatéraux conclus entre la Suisse et l'UE.

Accords (choix)	Contenus
Accords de libre-échange Bilatéraux I	<p>Zone de libre-échange pour les produits industriels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accords de libéralisation et d'ouverture des marchés dans les domaines suivants : - Libre circulation des personnes - Obstacles techniques au commerce (élimination des examens en double) - Marchés publics (participation aux appels d'offre) - Agriculture (simplification des échanges des produits agricoles) - Recherche (participation aux programmes de recherches de l'UE) - Transport aérien (accès au marché des transports aériens libéralisés) <p>Transports terrestres (coordination de la réforme des chemins de fer, des infrastructures et de la RPLP)</p>

Bilatéraux II

Accords pour renforcer ou élargir la collaboration économique dans les domaines suivants :

- Schengen / Dublin (visas, lutte contre la criminalité, abus dans le domaine de l'asile)
- Fiscalité de l'épargne (avantages fiscaux pour les holdings, intérêts de la place financière sauvegardés)
- Produits agricoles transformés (amélioration des possibilités d'exportation pour l'industrie alimentaire)
- MEDIA (promouvoir la production et la distribution de films suisses)
- Environnement (contribution à l'agence européenne pour l'environnement)
- Statistiques (échange de données comparables)
- Lutte contre la fraude (intérêts de la place financière suisse)
- Pensions

Avenir de la collaboration Suisse - UE

La Suisse et l'UE négocient actuellement un accord-cadre visant à simplifier le développement ultérieur des accords bilatéraux. En raison de la résistance politique intérieure et des points controversés, la décision sur ce point est constamment retardée en Suisse.

Organisation mondiale du commerce - OMC

L'Organisation mondiale du commerce (OMC) se présente comme la seule organisation internationale qui s'occupe des règles régissant le commerce entre les pays.

L'OMC est née du GATT en 1995 (GATT = General Agreement on Tariffs and Trade = l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce). Le GATT avait déjà fixé les règles du commerce international des biens depuis 1948 sous la forme d'un traité "provisoire". Alors que les règles du GATT ne portaient que sur le commerce des biens, les règles de l'OMC portent sur de plus larges domaines.

La Suisse est l'un des membres fondateurs de l'OMC. Actuellement (juillet 2018), 165 pays appartiennent à l'OMC, d'autres pays négocient pour y adhérer ; $\frac{3}{4}$ des membres sont des pays en voie de développement.

L'OMC est un forum qui résout les questions de commerce international. Les membres recherchent en toute légalité des solutions aux questions commerciales en suspens. Des accords commerciaux existants sont développés et de nouveaux accords sont négociés. Toutes les décisions importantes sont habituellement prises à l'unanimité. Des modifications des dispositions essentielles peuvent seulement entrer en vigueur après acceptation de tous les membres.

La tâche principale de l'OMC est de supprimer les barrières commerciales sous formes de douane et d'autres obstacles commerciaux. Cela conduit à une amélioration des possibilités de vente de l'industrie d'exportation suisse.

OMC – principes et règles**Non-discrimination**

Idée : aucun membre de l'OMC ne peut être désavantagé par un autre membre :

Clause de la nation la plus favorisée (NPF) : les membres de l'OMC doivent traiter tous les autres membres sur un pied d'égalité (qui accorde une facilitation des échanges à un pays doit aussi l'accorder à chaque membre de l'OMC [exceptions importantes : accords de libre-échange, unions douanières comme dans l'UE, préférences tarifaires pour des pays en voie de développement])

	<p><u>Traitement national</u> : non-discrimination entre le pays en question et les pays étrangers (les mêmes dispositions pour un produit importé que pour un produit équivalent mais produit dans son propre pays)</p> <p><u>Transparence et prévisibilité d'accès au marché</u> : les mesures doivent être prévisibles et ne seront pas prises arbitrairement</p>
L'ouverture progressive	Fait partie des cycles (ou « rounds ») de négociation où les pays négocient, en fonction de leur niveau de développement, des allègements commerciaux.
Reconnaissance	Des restrictions commerciales peuvent être nécessaires (cela avec un objectif fondamental de " <u>libéralisme commercial</u> ") - par exemple pour des raisons de santé, d'environnement ou d'ordre et de sécurité publics.

Avenir de l'OMC

Le cycle de négociations en cours est le Cycle de Doha, nommé d'après la ville de Doha, au Qatar, où il a été ouvert en 2001. Le « cycle de Doha » s'occupe d'un grand nombre de questions liées aux pays en voie de développement, les négociations comprennent celles ayant trait à l'agriculture, aux services, à l'accès aux marchés pour les produits non agricoles, etc.

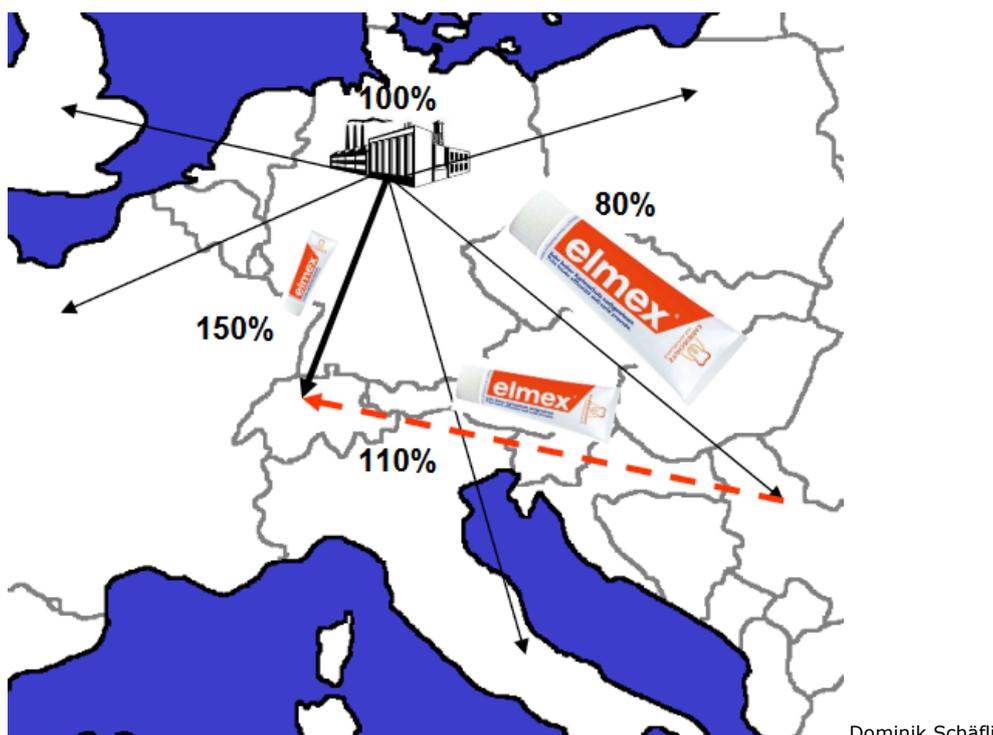
Le conflit entre les grands pays développés et les marchés émergents en ce qui concerne l'accès au marché dans le secteur de l'agar et des produits industriels n'a pas pu être résolu.

Mesures unilatérales

Un pays peut décider de lui-même des mesures à prendre pour faciliter le commerce transfrontalier, il ne doit pas attendre que d'autres pays régionaux voire mondiaux soient d'accord avec lui. Ceci ne réjouit pas forcément le producteur et le fabricant, le consommateur, cependant, réagit positivement à la baisse des biens importés.

Importations parallèles

L'importation parallèle signifie des marchandises produites à l'étranger sont importées par un chemin de distribution qui n'a pas été prévu par le fabricant.



Un producteur vend de préférence ses produits sur des circuits définis clairement, il peut désigner un commerçant officiel (importateur général) dans chaque pays. Ce dernier est le seul qui détient le droit d'importer les produits. Le commerçant officiel (appelé aussi importateur général) doit gérer un stock de pièces de rechange et peut donc toujours servir la clientèle. De plus, les mêmes normes de qualité sont en vigueur dans tous les pays. Un désavantage peut toutefois être que les clients doivent payer des prix trop élevés. Ainsi, un producteur peut décider qu'en Suisse, où les consommateurs ont des revenus élevés, le prix soit plus élevé pour le même produit que dans les pays voisins.

Si maintenant un commerçant, qui n'est pas officiellement reconnu par le producteur, importe ses produits - il les achète par exemple à l'étranger chez un commerçant officiel, mais ne dit toutefois pas à celui-ci qu'il veut les vendre en Suisse - et il accorde une partie de la réduction du prix d'achat à sa clientèle, alors il est clair que les consommateurs veulent en profiter et n'achèteront plus que chez ce commerçant. Le commerçant officiel perd des parts de marché et le producteur ne peut pas continuer d'appliquer ses prix spécifiques à ce pays. Il est clair que le producteur et l'importateur général sont mécontents de cette approche. Si un droit de protection de propriété immatérielle est attribué au produit (brevet, marque et droit d'auteur) le fabricant peut tenter une action juridique.

Dans l'UE, des importations parallèles sont cependant en principe admises. En Suisse, les importations parallèles de produits brevetés de l'UE sont autorisées depuis plusieurs années car on s'attend à une baisse des prix à la consommation. Les médicaments sont exclus de l'importation parallèle.

Principe du Cassis de Dijon

Un jugement de la cour de justice européenne dit qu'un produit qui a été admis dans un pays d'UE par les services publics, est admis automatiquement à l'intérieur de tout le marché intérieur de l'UE. Les autres pays de l'UE ne peuvent pas interdire le commerce de ce produit seulement parce que leur propre administration ne l'a pas encore testé. Le nom « Cassis de Dijon » provient du cas suivant : un importateur allemand de la liqueur de cassis de Dijon, se voyant interdire l'importation de celle-ci en Allemagne, sa teneur en alcool étant inférieure au taux minimal prescrit pour une liqueur dans ce pays, avait porté l'affaire devant la Cour et a eu gain de cause.

Au printemps 2005, Le Conseil fédéral avait annoncé son intention d'appliquer le principe européen du « Cassis de Dijon ». Cela devait dynamiser la concurrence en Suisse et réduire les coûts pour les entreprises et les consommateurs.

Depuis la mise en vigueur de la révision, des produits qui sont légalement en circulation dans l'UE peuvent circuler librement aussi en Suisse, sans contrôles supplémentaires. Concernant les produits, il s'agit, par exemple, des denrées alimentaires, produits cosmétiques et textiles. Des exceptions ne sont possibles qu'à des conditions très strictes pour protéger des intérêts publics prépondérants.

Pour les denrées alimentaires, un régime spécial est prévu pour l'application du principe du « Cassis de Dijon ». Les denrées alimentaires qui ne correspondent pas aux prescriptions helvétiques sur les produits, mais qui circulent dans l'UE et y sont légaux, pourront être importées en Suisse ; toutefois, elles devront recevoir une autorisation de l'Office Fédéral de la Santé Publique (OFSP) lors de leur première importation.

Risques liés au commerce extérieur

Risques à l'import et à l'export

A l'échelle mondiale, des millions de produits sont aujourd'hui commandés, vendus et expédiés vers leur lieu de destination par camion, avion, bateau ou chemin de fer. Le développement des échanges de marchandises a multiplié les risques pour les vendeurs comme pour les clients et accru la demande de couvertures fiables.

Risques à l'import	
Risque de livraison	Livraison de la marchandise convenue en quantité et type à un mauvais moment
Risque de transport	La marchandise arrive endommagée ou périmée
Risque de qualité	La qualité convenue n'est pas respectée par le vendeur
Risque de taux de change	Le taux de change est différent entre la conclusion du contrat et le paiement de la facture
Risque de douane	La marchandise est tarifée différemment que prévue
Risque politique (risque du pays)	Situation politique / changement dans le pays d'origine (changement de gouvernement, révolution, guerre, guerre civile, grève, corruption, etc.) Interdiction d'exportation / limitation d'exportation du pays producteur
Risque environnemental	Sécheresse, inondation, tempête et autres dégâts de la nature empêchent la livraison ou affectant la qualité de la marchandise. Des parasites ou des maladies des plantes détruisent les cultures. Des maladies (par ex. épidémie) empêchent l'exportation

Risques à l'export	
Risque de réception	L'acheteur ne prend pas la marchandise
Risque de fabrication ou de prestation	L'acheteur annule le contrat ou y apporte des modifications unilatéralement
Risque de transport	La marchandise arrive endommagée ou périmée
Risque de paiement	L'acheteur ne paie pas le prix convenu
Risque de taux de change	Le taux de change est différent entre la conclusion du contrat et le paiement de la facture
Risque de crédit	L'acheteur obtient un crédit à travers un paiement tardif
Risque de transfert	Un Etat étranger sanctionne la conversion de la monnaie locale en devises étrangères (par ex. à travers d'impôts punitifs ou d'interdiction)
Risque politique (risque du pays)	L'Etat saisi les marchandises importées ou interdit leur importation. Situation politique / changement dans le pays cible (changement de gouvernement, révolution, guerre, guerre civile, grève, corruption, etc.) Droits de protection et autres restrictions à l'importation Le pays exportateur interdit l'exportation de certains produits (par ex. des armes) et / ou dans certains pays (par ex. les zones de guerre)
Risque environnemental	Les catastrophes écologiques, épidémies ou d'autres événements de force majeure empêchent l'exportation de marchandises.

On peut y ajouter des différences de mentalité, de culture, de langue, de système juridique différent, de problèmes administratifs, une autre gestion des affaires, sans oublier une grande distance ou des pandémies (corona) qui appartiennent aussi aux risques du commerce extérieur.

Soutien à l'exportation

L'échange de marchandises et de services au niveau international est d'une grande importance pour la Suisse. Par conséquent, plusieurs outils existent pour soutenir l'exportation de biens et de service.

Crédit à l'exportation	Les acheteurs étrangers réclament souvent de longs délais de paiement et un acquittement de la dette par versements périodiques. Le crédit à l'exportation est un crédit destiné au financement à court ou à long terme des exportations de biens de consommation ou de biens d'investissement ainsi que de prestations de service
ASRE	L'Assurance suisse contre les risques à l'exportation (ASRE - www.serv-ch.com) offre des assurances aux exportateurs et aux instituts financiers. Elle garantit ainsi la sécurité et la confiance lors de commandes provenant de l'étranger, où les conditions de paiement sont hasardeuses en raison d'insécurité politique ou commerciale.

De plus, l'Etat s'est engagé pour la promotion du service extérieur, à travers l'organisation Switzerland Global Enterprise (www.s-ge.com) en mettant sur place, dans les ambassades suisses, des attachés commerciaux.

Conditions de paiement dans le commerce extérieur

Le contrat de livraison entre l'acheteur et le vendeur constitue la base de l'opération en cours. Ce contrat doit fixer notamment les conditions de livraison (INCOTERMS [réglementation qui indiquent les tâches, frais et risques afférents à la livraison de marchandises]) et les conditions de paiement.

Conditions de paiement les plus importantes dans le commerce extérieur

- La facture non payée (open account)
- Le paiement à l'avance, l'acompte
- Paiement contre accreditif
- Le paiement contre encaissement documentaire
- Paiement contre « open account », assorti d'une garantie de paiement
- un mélange de ces solutions, par exemple 20% contre acompte, 70% contre accreditif et 10% contre procès-verbal de réception.

Critères pour le choix des conditions de paiement

- Les usages en cours dans le pays de l'acheteur et le pays fournisseur
- L'environnement économique et politique dans le pays de l'acheteur
- La solvabilité de l'acheteur
- Le risque de prestation du fournisseur
- Le risque de change
- Les besoins de sécurité des parties

Usuellement, en Europe, les achats se font contre «facture non payée». Pour les livraisons provenant d'Extrême-Orient, d'Amérique Latine ou d'Afrique, la garantie du paiement est toutefois très importante pour le vendeur. Dans le même temps, l'acheteur d'une marchandise a clairement le droit de ne payer que ce qu'il a commandé, aux conditions précisées dans le contrat et dont font partie la qualité, le respect des délais de livraison et les standards de prestation.

Les instruments sécurisant le paiement

Les partenaires commerciaux incluent leurs propres banques dans le traitement des paiements pour sécuriser les paiements. Trois réflexions sont derrière tout ça : tout d'abord, il existe une relation de confiance entre le vendeur respectivement l'acheteur et leur banque, d'autre part, les banques connaissent leurs clients et peuvent se porter garant pour eux et troisièmement, on peut supposer que les deux banques se tiennent aux règles et aux procédures usuelles dans la branche bancaire. Les deux institutions peuvent également obtenir des renseignements auprès de l'autre banque.

Instruments sécurisant les paiements les plus connus

- La garantie bancaire
- L'accréditif
- L'encaissement documentaire

La garantie bancaire

La garantie bancaire est un engagement juridique. Il s'agit d'un document signé par la banque de l'acheteur qui garantit à un tiers désigné le paiement d'un montant à concurrence d'un plafond défini. La caution bancaire donne au vendeur une garantie maximum de toucher son argent. L'acheteur supporte les coûts liés à l'établissement d'une telle garantie bancaire. La banque verse la somme convenue sans examen des documents dès que le vendeur la demande.

L'accréditif (L/C : Letter of Credit)

L'accréditif est l'obligation faite à la banque mandatée par l'acheteur (importateur) de payer au vendeur (exportateur) une certaine somme dans la devise convenue si celui-ci produit les documents prescrits dans les délais impartis.

Les exigences formelles sont très strictes : la banque ne paiera que contre présentation de documents accréditifs absolument conformes. Tous les ordres d'ouverture, de confirmation ou d'avis doivent indiquer précisément les documents qui doivent être présentés. On pourra envisager notamment comme documents :

- Les documents de chargement, liste de colisage
- Les connaissements à bord, la lettre de transport aérien, ferroviaire, camion
- Les documents d'assurance
- Les factures commerciales et de consulat
- Les certificats d'origine, certificats de poids ou de qualité
- etc.

Les accréditifs sont utilisés pour le commerce avec les pays étrangers (Chine, Corée, Inde, etc.). Les accréditifs sont émis sous deux formes :

Accréditif irrévocable	Il s'agit d'un accréditif qui ne peut pas être modifié ni annulé sans l'accord de toutes les parties → grande sécurité pour le vendeur
Accréditif révoquant	Accréditif qui peut être à tout moment modifié ou révoqué → peu de sécurité, c'est pour cette raison qu'il est rarement utilisé

L'encaissement documentaire (CAD : Cash against Documents)

Pour l'encaissement, la banque agit en qualité de fiduciaire et d'intermédiaire entre le vendeur et l'acheteur. En effet, elle présente à l'acheteur, sur mandat du vendeur, les documents qui prouvent le transfert de la marchandise et encaisse en contrepartie le montant dû ou une acceptation d'effet de change. L'acheteur reçoit la marchandise quand il présente au transporteur les documents correspondants.

Dans le cadre d'un mandat d'encaissement documentaire, la responsabilité de la banque se limite pour l'essentiel à transmettre et à remettre les documents, sans pour autant souscrire d'engagement de paiement si l'acheteur n'honore pas ses engagements d'encaissement. Si l'acheteur ne paie pas, le vendeur reçoit en retour les documents et peut reprendre la marchandise.

On distingue 2 formes d'encaissement documentaire :

documents against payment (d/p)	L'acheteur (importateur) reçoit les documents au paiement de la marchandise. La banque chargée de l'encaissement fait suivre immédiatement l'argent à la banque du vendeur (exportateur).
documents against acceptance (d/a)	L'acheteur (importateur) accepte un effet de change qui restera auprès de la banque chargée de l'encaissement jusqu'à ce qu'il soit perçu ou qui sera transmis au vendeur (exportateur)

Structures de l'administration des douanes

Arrondissements des douanes

Le domaine des douanes en Suisse est divisé en 4 arrondissements ; chacun dispose d'une direction. Le tracé des frontières douanières (en tout 1'863.5 Km) correspond en principe aux frontières politiques du pays, à l'exception des enclaves (Principauté du Liechtenstein, Büsingen, Campione et Samnaun). Les quatre directions d'arrondissement se trouvent à Bâle, Schaffhouse, Genève et Lugano.

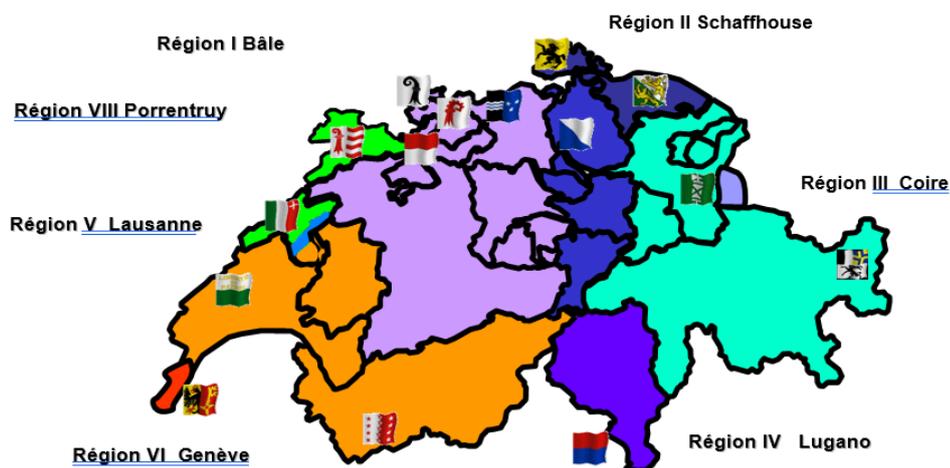


* les districts Baden et Zurzach (AG): Arrondissement II

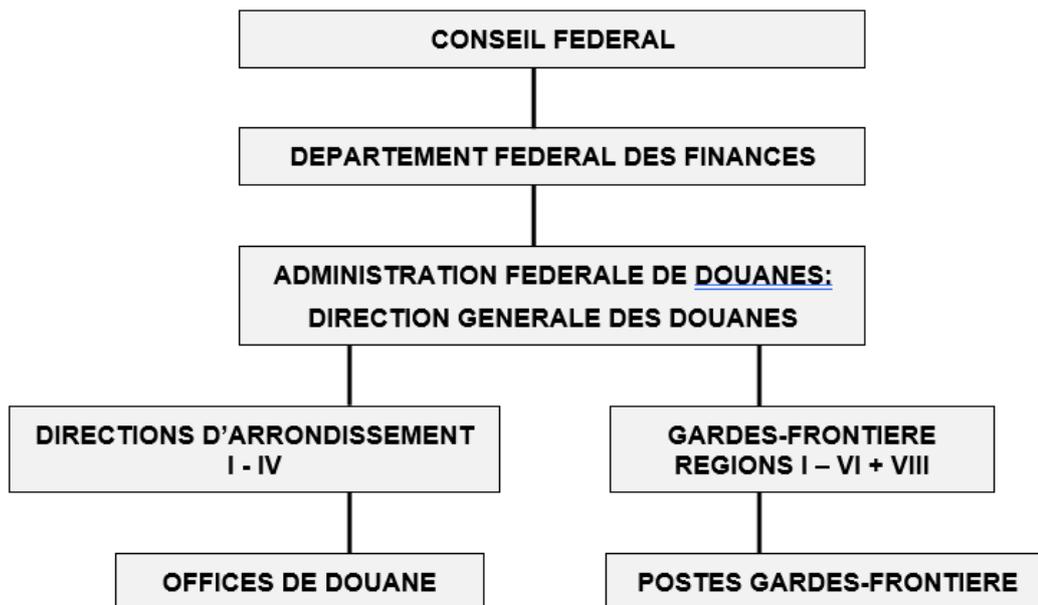
** le district Moesa (GR): Arrondissement IV

Régions des gardes-frontière

Pour les gardes-frontière (partie en uniforme de l'administration des douanes), le territoire douanier est partagé en sept régions.



Administration fédérale des douanes



Tâches de l'administration des douanes

Perception des redevances	<ul style="list-style-type: none"> • Droits de douane • Taxe sur la valeur ajoutée lors d'importation • Impôts sur les huiles minérales, les automobiles, le tabac et la bière 	<ul style="list-style-type: none"> • Charges de monopole sur les boissons alcoolisées • Redevances sur le trafic des poids lourds et l'utilisation des routes nationales etc. • etc.
Contribution à la sécurité intérieure	<ul style="list-style-type: none"> • Lutte contre la criminalité et la migration illégale par la recherche de personnes ou de véhicules • Lutte contre le trafic de stupéfiants et la falsification de documents • Respect des prescriptions en matière de circulation routière à l'importation et à l'exportation 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle du trafic du matériel de guerre et des armes, des biens utilisables aussi bien à des fins civiles que militaires et des matières explosives • Respect des mesures d'embargo • etc.
Protection de la population et de l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle des denrées alimentaires à la frontière • Protection des espèces animales et végétales • Contrôle des métaux précieux 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle du trafic des matières dangereuses, radioactives et nocives • etc.
Tâches économiques	<ul style="list-style-type: none"> • Surveillance de l'importation et de l'exportation de certaines marchandises (contingents, monopoles) • Approvisionnement économique du pays • Statistique du commerce extérieur 	<ul style="list-style-type: none"> • Protection de l'agriculture ; des marques, des designs et des droits d'auteurs • etc.

Formalités douanières

Divers critères déterminent le déroulement de la taxation douanière et aussi les différents formulaires à employer ou les diverses applications à utiliser.

Différenciation en fonction du trafic	<p>D'après la loi sur les douanes il existe sept régimes douaniers différents dont les principaux utilisés sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">• Dédouanements à l'importation (mise en libre pratique)• Dédouanements à l'exportation• Dédouanements en transit
Différenciation en fonction des moyens de transport	<ul style="list-style-type: none">• Trafic routier• Trafic ferroviaire• Trafic par eau (fluvial)• Trafic aérien• Trafic postal• Pipeline
Différenciation concernant l'utilisation après le passage de la frontière	<ul style="list-style-type: none">• Trafic touristique (TT) Il s'agit de marchandises à usage privé pour l'importateur, y compris des marchandises pour sa famille et à titre de cadeau• Trafic commercial Il s'agit de marchandises prévues pour la revente ou à l'usage publicitaire, tout au plus à l'usage de la propre entreprise de l'importateur.

Régimes douaniers

La procédure de taxation douanière comprend toutes les actions prescrites pour la taxation et elle se compose des différentes phases suivantes :

→ Conduite en douane

Indépendamment de la manière dont la marchandise est convoyée par-delà la frontière, l'assujetti doit immédiatement la conduire à l'office de douane le plus proche.

→ Présentation en douane et déclaration sommaire

La présentation consiste à communiquer à l'AFD le fait que les marchandises se trouvent au bureau de douane ou dans un autre lieu agréé par l'administration des douanes. La déclaration sommaire doit être effectuée par écrit ou électroniquement et contient des indications quant au nombre de colis, le poids, le genre de marchandise, etc.

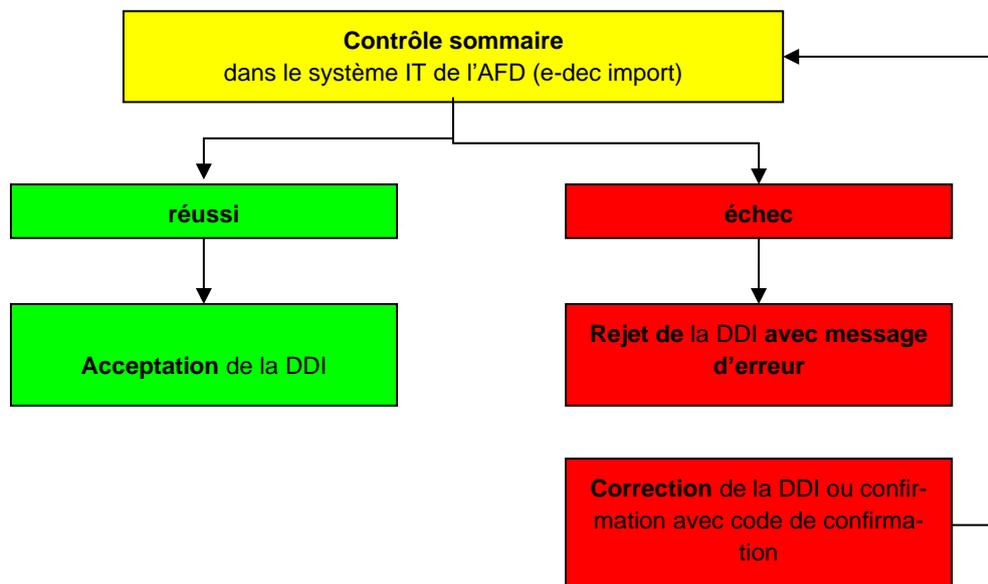
Procédure à l'importation

→ Déclaration (avec e-dec import)

De même, lorsque l'on remplit une déclaration d'impôt, la loi exige de l'assujetti qu'il remplisse une déclaration (déclaration en douane). La déclaration en douane contient des données sur le genre de marchandise, le poids, la valeur, la provenance, le destinataire, etc. (voir annexe 1 : Déclaration d'importation). La déclaration doit être effectuée électroniquement. Pour la déclaration à l'importation, le système IT e-dec est à disposition. La personne assujettie à l'obligation de déclarer établit une déclaration en douane à l'importation (DDI) à l'ordinateur et la transmet au système IT de l'AFD.

→ Contrôle sommaire (avec e-dec import)

Le contrôle sommaire assure que toutes les données nécessaires ont été saisies. Si ce n'est pas le cas la personne assujettie à l'obligation de déclarer reçoit un message d'erreur.



→ Acceptation de la déclaration en douane (e-dec import)

Une fois que la DDI a passé le contrôle de plausibilité avec succès, e-dec importation lui ajoute la date et l'heure de l'acceptation et lui attribue simultanément un numéro de déclaration. La DDI est alors réputée acceptée et elle lie la personne assujettie à l'obligation de déclarer. De plus le système IT sélectionne l'envoi :

bloqué	Les marchandises déclarées restent sous la garde de l'AFD. Elles ne peuvent être enlevées qu'à l'issue du contrôle formel et d'une éventuelle vérification ou d'un autre contrôle douanier.
libre avec	Les marchandises déclarées peuvent être enlevées immédiatement ou à l'issue du contrôle douanier. Le bureau de douane procède au contrôle formel après coup.
libre sans	Les marchandises déclarées peuvent être enlevées immédiatement ou à l'issue du contrôle douanier. Il n'y a pas de contrôle formel.

→ Contrôle formel de la déclaration acceptée (e-dec import)

La déclaration déposée par la personne assujettie à l'obligation de déclarer est contrôlée quant à son exactitude et comparée aux documents d'accompagnement (facture, bulletin de livraison, certificats d'origine, etc.). Les autres exigences légales concernant la marchandise sont aussi contrôlées (p. ex. les interdictions).

→ Vérification

L'office de douane compare par épreuve les données de la déclaration avec la marchandise. Ce contrôle matériel est appelé vérification.

→ Etablissement de la décision de taxation

Les redevances dues sont calculées sur la base de la déclaration en douane. Celles-ci sont payées directement ou débitée d'un compte en douane (voir les exemples de décisions de taxation aux annexes 2 + 3).

→ Libération et enlèvement des marchandises

Les envois avec le résultat de sélection « libre / avec » et « libre / sans » sont considérés immédiatement comme libérés. L'enlèvement des marchandises est autorisé au moyen du bulletin de délivrance e-dec importation non timbré. Les envois avec résultat de sélection « bloqué » sont considérés comme libérés à partir du moment où le bureau de douane a timbré le bulletin de délivrance e-dec importation. Le bulletin de délivrance e-dec importation timbré donne droit à l'enlèvement des marchandises.

Régime de l'exportation

La procédure de taxation est valable aussi pour d'autres régimes douaniers. Le régime douanier de l'exportation permet les systèmes informatiques e-dec export et NCTS-export.

Régime du transit „NCTS“ (Nouveau système de transit informatisé)

La Suisse, du fait de sa situation géographique au centre de l'Europe, est le pays de transit idéal. Elle dispose d'une bonne infrastructure routière et ferroviaire convenant parfaitement au trafic de transit. C'est pourquoi le transit de marchandises à travers notre pays revêt une grande importance économique.

Au sein de l'Europe, un système informatique, appelé NCTS, est utilisé pour la réalisation des transits. L'échange électronique des données a lieu directement entre les partenaires de la douane et les offices de douane concernés.

e-dec web

Les déclarations en douane des importations pour les marchandises se passent, en principe au travers du système informatique e-dec de l'AFD. Des inscriptions qui sont faites à titre professionnel (par exemple des expéditeurs, déclarants en douane) doivent se faire avec un software pour pouvoir établir les inscriptions de douane et pour pouvoir les soumettre à e-dec.

Pour les personnes et les entreprises qui établissent de temps en temps des déclarations en douane, l'AFD offre gratuitement, en remplacement des anciens formulaires papier, l'application internet e-dec. Pour pouvoir utiliser l'application e-dec, il faut un PC avec un accès à internet et une imprimante.

L'Administration fédérale des douanes (AFD) est en pleine transformation numérique. La transition des systèmes actuels NCTS et e-dec vers le nouveau système uniforme de trafic de marchandises « Passar » sera introduite à la mi-2023. L'objectif : des processus plus simples, des applications conviviales et une plus grande efficacité pour toutes les parties concernées. L'Administration fédérale des douanes va passer le flambeau à un futur Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières (OFDF), qui sera plus flexible.

Procédure simplifiée pour la réception et l'expédition

La déclaration en douane est en principe présentée sous forme électronique par les transitaires, les importateurs ou les exportateurs. Sous certaines conditions, ces entreprises peuvent se faire agréer par l'administration des douanes en tant que destinataire agréé (Da) ou expéditeur agréé (Ea).

Procédure à l'importation „destinataire agréé “

Avec un dédouanement en transit, la marchandise est livrée directement au domicile ou à l'entrepôt intermédiaire du destinataire agréé. Depuis le domicile, le destinataire agréé informe l'office de douane de contrôle que la marchandise est arrivée (mise sous contrôle). Ce dernier décide immédiatement si le déchargement sera soumis à un contrôle douanier ou non. L'annonce se fait électroniquement. Après la transmission de l'annonce, l'office de douane de contrôle décide s'il va faire un contrôle physique de l'envoi ou le libérer.

Ces délais de contrôle très courts permettent aux personnes concernées par le dédouanement d'optimiser l'utilisation des moyens de transports et d'en disposer de nouveau rapidement. Cette procédure décharge les offices de douane frontière, diminue les temps d'attente et permet aux personnes concernées par le dédouanement d'optimiser l'utilisation de leur infrastructure au sein du pays.

Procédure à l'exportation „Expéditeur agréé“

Le principe est le même que pour le destinataire agréé mais s'applique à l'exportation (trafic inverse). L'exportation a lieu au domicile de l'expéditeur agréé. Tous les contrôles douaniers éventuels y sont exécutés. L'annonce est faite via informatique. Lors du passage à la frontière, il ne reste plus que le dédouanement en transit à faire. De ce fait, l'expéditeur agréé peut facilement planifier le transport jusqu'à la frontière et gérer efficacement la disponibilité de son moyen de transport, car il n'y a pas d'attente à la frontière et le temps de transfert sur un autre camion est facilement calculable.

Tarif des douanes

Généralités

L'Organisation mondiale des douanes a créé une nomenclature douanière (système harmonisé SH) que presque tous les pays du monde appliquent. Le tarif des douanes de la Suisse repose aussi sur ce système harmonisé. Celui comprend un répertoire systématique des marchandises avec indication des taux de droits de douane.

Le tarif douanier suisse peut être consulté entièrement dans Internet sous **www.tares.ch**. Seule une liste rudimentaire des positions tarifaires est disponible sous forme de papier.

But du tarif des douanes

Le tarif des douanes est la base pour :

- La perception de droits de douane et d'autres redevances ainsi que la perception des frais lors d'importations, d'exportations de marchandises ainsi que pour leur assurance lors de transit.
- La détermination de l'origine des marchandises.
- Établir la statistique du commerce extérieur.

Structure du système harmonisé (SH)

La nomenclature du SH classifie systématiquement toutes les marchandises du commerce international. Elle regroupe les marchandises en :

- Sections** (chiffres romains)
Chapitres (chiffres arabes)
Numéros tarifaires (chiffres arabes, les 6 premiers chiffres)

La nomenclature du SH contient en tout 21 sections, 97 chapitres et environ 5100 numéros tarifaires (positions).

Structure du numéro tarifaire

Nomenclature SH			Nomenclature CH	
49	11.	10	90	
Chapitre	Numéro d'ordre	Sous numéro SH	Sous numéro CH	

- Les deux premiers chiffres représentent les chapitres de 01 à 97
- Les deux suivants le numéro d'ordre au sein des chapitres
- Puis suivent, après un point, les sous numéros du SH
- Et les deux derniers chiffres de ce numéro tarifaire à huit chiffres représentent les sous numéros suisses

Tares

Le masque du Tares

Le masque du Tares se divise en deux blocs :

1 côté gauche

2 côté droit

Autres liens

Plage de recherche et d'affichage :

- Données d'entête ; indication de la date, du pays et de la direction du trafic
- Bloc permettant la recherche d'après la section, le chapitre ou le numéro tarifaire
- Bloc permettant la recherche à l'aide d'un texte
- Bloc permettant la recherche de produits chimiques

Fonctions de recherche

En saisissant un **mot** (p. ex. pain) ou un **groupe de mots** apparaissant exactement dans un texte (p. ex. ouvrages en amiante) et en cliquant sur „recherche“ ou en tapant „enter“, tous les textes contenant ces parties de textes s’affichent.

Les **éléments chimiques et les combinaisons** peuvent être recherchés à l’aide du numéro CAS ou CUS ainsi qu’à l’aide de la désignation chimique. Le numéro CAS est le numéro du „Chemical Abstract Service“, un organisme international pour la désignation des produits chimiques. Le numéro peut être saisi avec ou sans trait d’union. Le numéro CUS est le numéro de produit de l’inventaire européen douanier des produits chimiques (Customs Union and Statistics).

Explications de l’affichage des détails

Les détails donnent des informations quant au taux du droit applicable, des informations quant à l’obligation d’un permis selon la marchandise et la direction du trafic ou des indications permettant l’établissement de la déclaration.

Taxe à la valeur ajoutée

Généralités

La TVA est un impôt indirect. En principe sont soumis à l’impôt toutes les personnes physiques et juridiques qui effectuent en Suisse des livraisons ou des prestations de service. Les importations de marchandises sont aussi imposables.

Sur le territoire suisse, la TVA est, en tant qu’impôt multi-stade, perçue à tous les échelons de la production, du commerce et du secteur des prestations de services, c’est-à-dire sur toute opération réalisée entre un assujetti et le destinataire de la prestation, que ce dernier soit ou non assujetti lui-même à la TVA. Le fournisseur ou le prestataire de services assujetti calcule la TVA sur son chiffre d’affaires (p. ex. contre-prestation pour un bien ou pour un travail effectué sur un bien, prestation de service imposée) et la transfère à l’acquéreur. Dans le décompte périodique qu’il adresse à l’AFC, il déclare son chiffre d’affaires global, ainsi que la TVA s’y rapportant.

Dans ce même décompte, il opère la déduction de l’impôt préalable en soustrayant de la TVA due sur son chiffre d’affaires la TVA que ses fournisseurs de prestation lui ont transférée. Il ne verse à l’AFC que le montant restant.

TVA à l’importation

L'imposition à l'importation de biens doit permettre d'éviter que des personnes qui importent des biens de l'étranger soit moins imposées que celles qui les achètent en Suisse. Elle doit également éviter que des personnes non assujetties à l'impôt puissent entrer en possession de marchandises imposables.

Justificatif de valeur

Un justificatif de la valeur du bien doit être remis à l'office de douane lors de l'importation.

Taux d'imposition

Le taux normal de la TVA est de 7.7%.

Il s'élève à 2,5% (taux réduit) sur les opérations se rapportant aux biens suivants :

- Produits comestibles et boissons (sauf pour les boissons alcoolisées)
- Animaux destinés à l'alimentation humaine
- Plantes végétales
- Médicaments
- Journaux, revues, livres

Décision de taxation douane (DTD électronique)

Depuis le 1er mars 2018, la décision de taxation douane (DTD) électronique est obligatoire. Les décisions de taxation douane doivent être collectées et archivées électroniquement. En cas de révision de la TVA, les décisions doivent être disponibles sous forme électronique et les examinateurs doivent avoir accès aux supports de données correspondants (disque dur, serveur, par exemple).

Accords de libre-échange : règles d'origine / le certificat d'origine

Origine

L'origine d'une marchandise est attribuée à un seul Etat d'après des critères communs appelés règles d'origine. Exprimé de manière simplifiée, une marchandise se voit attribué – comme une personne – une nationalité (= l'origine) et une carte d'identité (= le certificat d'origine). Il s'agit pour cela de distinguer les marchandises importées de l'étranger et les marchandises exportées à l'étranger.

Origine dans le cadre des accords de libre-échange (origine préférentielle)

La Suisse a conclu des accords de libre-échange avec divers Etats (voir le texte sur le commerce extérieur de Branche Commerce). Les marchandises remplissant les conditions des règles d'origine peuvent bénéficier d'une réduction des droits de douane ou même l'exemption des droits de douane dans le pays d'importation. La réduction ou l'exemption des droits de douane n'est cependant accordée que si les prescriptions contractuelles relatives à l'origine de l'accord de libre-échange concerné sont remplies et si une preuve d'origine formellement valable est présentée. Les marchandises sans certificat d'origine formellement valable ne peuvent pas bénéficier des réductions ou des exemptions de droits de douane (droits préférentiels) et doivent être taxées au taux du droit de douane le plus haut (tarif normal).

Origine dans le cadre du système généralisé de préférence en faveur des pays en développement SGP/GSP Forme A (préférences douanières en faveur des pays en développement / uniquement import en Suisse)

La Suisse favorise l'économie des pays en développement en accordant unilatéralement des préférences tarifaires à l'importation (importation en Suisse) dans le cadre du système généralisé de préférences. Contrairement aux accords de libre-échange la Suisse

ne reçoit aucune contreprestation sous la forme de droits de douane réduits ou nuls pour les exportations vers ces pays en développement.

Les accords de libre-échange et les préférences douanières relèvent de la compétence de l'administration des douanes.

Origine non préférentielle

L'origine de nature non préférentielle s'applique notamment dans les cas où l'importation et l'exportation de marchandises font l'objet de mesures économiques extérieures (p. ex. les droits antidumping, les droits compensateurs, les embargos commerciaux, les mesures de protection, les restrictions quantitatives, les contingents tarifaires, les certifications d'origine, etc.). L'attestation d'origine non préférentielle peut atténuer voire supprimer les effets de ces mesures. Les mesures économiques extérieures n'ont aucun lien avec les droits de douane préférentiels.

Pour toute question en relation avec l'application des règles d'origine non préférentielles, les opérateurs économiques s'adresseront directement au Bureau de l'origine de leur Chambre de commerce compétente.

Documents d'origine

Aperçu

	Origine préférentielle	Origine non préférentielle
Cas d'application	Accord préférentiel (Accord de libre-échange)	Pas d'accord préférentiel (Pas d'accord de libre-échange, mesures économiques extérieures)
Bases	<ul style="list-style-type: none"> Règles d'origine et des listes (Conditions pour les ouvrages préférentielles selon l'accord de libre-échange / D30 [document de service] : accord de libre-échange, préférences douanières et origine de la marchandise) En règle générale la position SH (les quatre premiers chiffres du numéro tarifaire) 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositions et règles de l'ordonnance de l'AFD et règles de l'ordonnance du DEFR du 9 avril 2008 sur l'attestation de l'origine non préférentielle des marchandises (OOr-DEFR)
Certificats d'origine	<ul style="list-style-type: none"> Certificat de circulation des marchandises (CCM ; EUR.1) SGP Forme A (uniquement pour les pays en développement) Preuve d'origine (certains accords de libre-échange) Déclaration d'origine sur la facture 	<ul style="list-style-type: none"> Certificat d'origine (CO) Certifications d'origine

Au respect des règles en vigueur les preuves d'origine suivantes peuvent être utilisées :

Certificats de circulation des marchandises (CCM) EUR.1, CO et autres

Application	Origine préférentielle
Etablissement	Exportateur
Attestation	Autorités douanières

Documents possibles	EUR.1	<ul style="list-style-type: none"> • Dans les échanges avec CE / AELE ou avec certains pays dont l'accord de libre-échange le prévoit • Pas de limite de valeur
	EUR-MED	<ul style="list-style-type: none"> • Dans les échanges avec les pays africains et arabes du bassin méditerranéen • Pas de limite de valeur
	EUR.1 CN-CH	<ul style="list-style-type: none"> • Dans les échanges avec la Chine • Pas de limite de valeur
	Certificat d'origine Japon-Suisse (ou EUR.1)	<ul style="list-style-type: none"> • Dans les échanges avec le Japon
	Certificat d'origine GCC-AELE (ou EUR.1)	<ul style="list-style-type: none"> • Dans les échanges avec les Etats GCC (Bahreïn, Qatar, Koweït, Oman, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis) :
Forme. A	<ul style="list-style-type: none"> • Pour les importations de marchandises de pays en développement • La liste des pays en développement avec préférence tarifaire se trouve dans le tarif des douanes 	

Déclarations d'origine

Les déclarations d'origine peuvent être apposées sur les factures, les bulletins de livraison ou tout autre document commercial. Pour qu'elles soient reconnues elles doivent impérativement être établies dans la forme et la langue précisées dans les accords correspondants. Les informations y afférentes se trouvent dans la notice « Instructions concernant l'établissement et l'utilisation de preuves d'origine » de l'administration des douanes.

Application	Origine préférentielle	
Etablissement	Exportateur	
Documents possibles	<u>Exportateur agréé (Ea)</u> (Entreprises avec de nombreuses exportations ; autorisation des autorités douanières nécessaire)	Déclaration d'origine sur la facture ou le bulletin de livraison avec le numéro de l'autorisation Ea dans le texte <ul style="list-style-type: none"> • Texte / langue selon les prescriptions d'administration des douanes • Sans limite de valeur • Signature manuscrite pas nécessaire
	<u>Exportateur non agréé</u>	Déclaration d'origine sur la facture, le bulletin de livraison ou tout autre document commercial <ul style="list-style-type: none"> • Texte / langue selon les prescriptions d'administration des douanes • Avec limite de valeur : max. CHF 10'300 ou € 6'000 (Valeur totale de l'envoi) • Signature manuscrite originale • Obligation de conservation de la copie de la facture min. 3 ans

Exemples de textes en différentes langues

Français

« L'exportateur des produits couverts par le présent document déclare que, sauf indication claire du contraire, ces produits ont l'origine préférentielle (pays/zone).

..... (Lieu et date)

..... (Signature) »

(Signature de l'exportateur et indication, en toutes lettres, du nom de la personne qui signe la déclaration).

Anglais

The exporter of the products covered by this document declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of (country/zone) preferential origin.

Allemand

Der Ausführer der Waren, auf die sich dieses Handelspapier bezieht, erklärt, dass diese Waren, soweit nicht anders angegeben, präferenzbegünstigte (Land/Zone) Ursprungswaren sind.

Italien

L'esportazione delle merci contemplate nel presente documento dichiara che, salvo indicazione contraria, le merci sono di origine preferenziale (paese/zona).

Certificats d'origine

Les Bureaux de l'origine (chambres de commerce) délivrent des preuves documentaires de l'origine aux personnes et aux entreprises qui produisent des marchandises ou en font le commerce ; et dont le domicile ou le siège se situe dans leur zone de compétence. Ces preuves documentaires ne peuvent pas être utilisées pour revendiquer un traitement tarifaire préférentiel dans un pays d'importation, que la Suisse ait conclu ou non avec celui-ci un accord de libre-échange.

Application	Origine non préférentielle
Etablissement	Exportateur
Attestation	Les chambres de commerce de Suisse et du Liechtenstein
Documents possibles	<ul style="list-style-type: none"> - Certification de l'origine (timbre sur la facture) - Certificats d'origine (formulaire) - Certification interne (sur les factures ou tout autre document commercial établi par l'expéditeur, uniquement en tant que document précédent en Suisse)

Sur son site Internet (www.ezv.admin.ch), l'Administration fédérale des douanes (AFD) met à disposition des informations, de la documentation, des prospectus et des formulaires tant pour l'importation de biens en Suisse que pour l'exportation de marchandises à l'étranger.

Commerce extérieur Questions

Quels sont les objectifs du marché intérieur européen ?

Pourquoi la Suisse doit-elle importer nécessairement des biens, citez un exemple pour chaque raison.

Citez un avantage et un inconvénient du libre-échange.

Avantage :

Inconvénient :

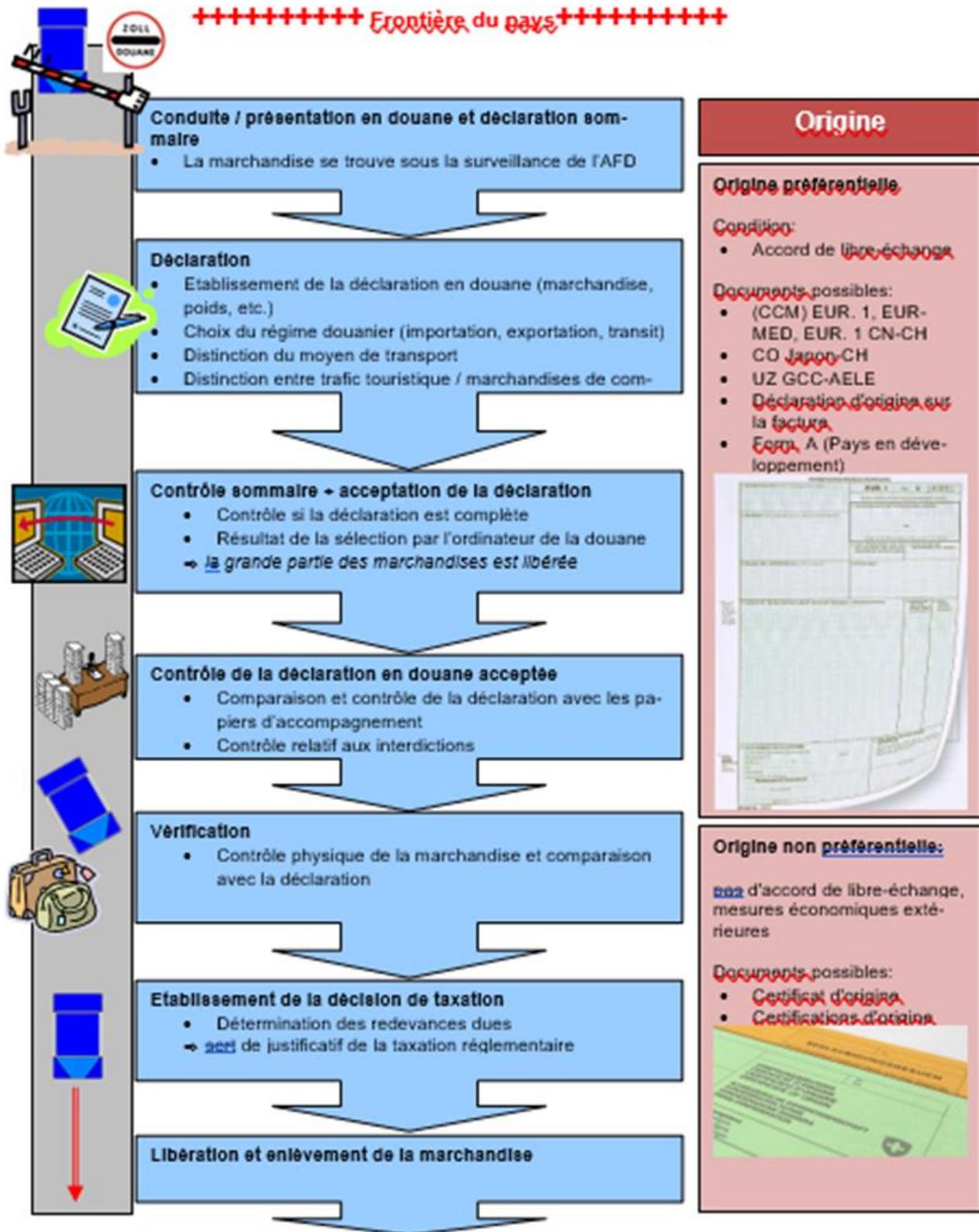
Quel est le rôle de la banque d'encaissement dans l'encaissement documentaire ?

Qu'est-ce un risque de paiement ?

La TVA sera-t-elle quand même perçue sur les biens qui peuvent être importés en franchise douanière ?
Justifiez votre réponse.

Expliquez la différence entre le trafic touristique et le trafic commercial.

Commerce extérieure / Documents douaniers



Certificat de circulation des marchandises EUR. 1 (export)

WARENVERKEHRSBESCHEINIGUNG
CERTIFICAT DE CIRCULATION DES MARCHANDISES

CERTIFICATO DI CIRCOLAZIONE DELLE MERCI
MOVEMENT CERTIFICATE

1) Bei unverpackten Waren ist die Anzahl der Gegenstände oder "lose geschüttelt" anzugeben.

1) Pour les marchandises non emballées, indiquer le nombre d'objets ou mentionner "en vrac".

1) Per le merci non imballate, indicare il numero degli oggetti o indicare "alla rinfusa".

1) If goods are not packed, indicate number of articles or state "in bulk" as appropriate.

2) Nur ausfüllen, wenn nach den internen Rechtsvorschriften des Ausfuhrstaates oder -gebietes erforderlich.

2) A remplir seulement lorsque les règles nationales du pays ou territoire d'exportation l'exigent.

2) Da riempire solo quando le norme nazionali del paese o territorio d'esportazione lo richiedono.

2) Complete only where the regulations of the exporting country or territory require.

3) Staat, die Staatengruppe oder das Gebiet, als dessen bzw. deren Ursprungswaren die Waren gelten.

3) Le pays, le groupe de pays ou le territoire dont les produits sont considérés comme originaires.

3) Il paese, il gruppo dei paesi o il territorio di cui i prodotti sono considerati originari.

3) Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating.

4) Bestimmungsstaat, -staaten-Gruppe oder Gebiet.

4) Pays, groupe de pays ou territoire de destination.

4) Paese, gruppo di paesi o territorio di destinazione.

4) Country, group of Countries or territory of destination.

1 **Ausführer** (Name, vollständige Anschrift, Staat) / **Exportateur** (nom, adresse complète, pays) / **Esportatore** (nome, indirizzo completo, paese) / **Exporter** (Name, full address, country)

3 **Empfänger** (Name, vollständige Anschrift, Staat) (Ausfüllung freigestellt) / **Destinataire** (nom, adresse complète, pays) (mention facult.) / **Destinatario** (nome, indirizzo completo, paese) (indicazione facolt.) / **Consignee** (Name, full address, country) (Optional)

6 **Angaben über die Beförderung** (Ausfüllung freigestellt) / **Informations relatives au transport** (mention facult.) / **Informazioni riguardanti il trasporto** (indicazione facolt.) / **Transport Details** (Optional)

8 **Laufende Nummer; Zeichen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung** / **N° d'ordre, marques; Numéros, nombre et nature des colis; Désignation des marchandises** / **N. d'ordine; Marche, numeri/numero e natura dei colli; Designazione delle merci / Item number; Marks and numbers; Number and kind of packages; Description of goods**

11 **SICHTVERMERK DER ZOLLBEHÖRDE / VISA DE LA DOUANE / VISTO DELLA DOGANA / CUSTOMS ENDORSEMENT**
Die Richtigkeit der Erklärung wird bescheinigt / Déclaration certifiée conforme / Dichiarazione certificata conforme / Declaration Certified

Ausfuhrpapier²⁾ / Document d'exportation²⁾ / Documento d'esportazione²⁾ / Export Document²⁾
Art / Modèle / Modello / Form N° Stempel / Cachet / Timbro / Stamp vom / du / del / from

Zollbehörde / Bureau de douane / Ufficio doganale / Customs office:
Ausstellender Staat: **SCHWEIZ**
Pays de délivrance: **SUISSE**
Paese in cui è stato rilasciato: **SVIZZERA**
Issuing Country or territory: **SWITZERLAND**

(Datum / Date / Data / Date)

(Unterschrift / Signature / Firma / Signature)

EUR. 1 N° P 0667699

Vor dem Ausfüllen Anmerkungen auf der Rückseite beachten / Consulter les notes au verso avant de remplir le formulaire / Prima di compilare il formulario consultare le note al retro / See notes overleaf before completing this form

2 **Bescheinigung für den Präferenzverkehr zwischen der**
Certificat utilisé dans les échanges préférentiels entre la
Certificato utilizzato negli scambi preferenziali tra la
Certificata used in preferential trade between

SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA / SWITZERLAND

UND / ET / E / AND

SIEHE FELD 5 / VOIR RUBRIQUE 5 / CF RUBRICA 5 / SEE COLUMN 5

4 **Ursprungsstaat²⁾ / Pays d'origine²⁾ / Paese d'origine²⁾ / Country of Origin²⁾**

5 **Bestimmungsstaat²⁾ / Pays de destination²⁾ / Paese di destinazione²⁾ / Country of destination²⁾**

7 **Bemerkungen / Observations / Osservazioni / Remarks**

9 **Rohtmasse / Masse brut / Massa lordo / Gross weight (mass) (kg) oder / ou / o / or l, m³, etc. / ecc.**

10 **Rechnungen / Factures / Fatture / Invoices** (Ausfüllung freigestellt / mention facult. / indicazione facolt. / Optional)

12 **ERKLÄRUNG DES AUSFÜHRERS / DECLARATION DE L'EXPORTATEUR / DICHIARAZIONE DELL'ESPORTATORE / DECLARATION BY THE EXPORTER**

Der Unterzeichner erklärt, dass die vorgenannten Waren die Voraussetzungen erfüllen, um diese Bescheinigung zu erlangen / Je soussigné déclare que les marchandises désignées ci-dessus remplissent les conditions requises pour l'obtention du présent certificat / Io sottoscritto dichiaro che le merci di cui sopra soddisfano alle condizioni richieste per ottenere il presente certificato / I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate

(Ort und Datum / Lieu et date / Luogo e data / Place and date)

(Unterschrift / Signature / Firma / Signature)

10.06 400 000 H3092-06/8601607

Certificat d'origine

Exporteur Exportateur Esportatore Exporter	Schindler Elevator Ltd. Zugerstrasse 13 CH-6030 Ebikon	0075115454	Nr. No. 001614
Empfänger Destinataire Destinatario Consignee	0000400012 PT BERCA SCHINDLER LIFTS Menara Rajawali 5th Floor Podium Jl.Mega Kuningan Lot 5.1 12950 JAKARTA-KAWASAN MEGA KUNINGAN INDONESIA	ORIGINAL URSPRUNGSZEUGNIS CERTICAT D'ORIGINE CERTIFICATO D'ORIGINE CERTIFICATE OF ORIGIN SCHWEIZERISCHE EIDGENOSSENSCHAFT CONFÉDÉRATION SUISSE CONFEDERAZIONE SVIZZERA SWISS CONFEDERATION 	
Ursprungsland Pays d'origine Paese d'origine Country of origin		Switzerland	
Angaben über die Beförderung (Ausfüllung freigestellt) Informations relatives au transport (mention facultative) Informazioni riguardanti il trasporto (indicazione facoltativa) Particulars of transport (optional declaration) Seafreight		Bemerkungen Observations Osservazioni Observations	
Zeichen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung Marques, numéros, nombre et nature des colis; désignation des marchandises Marche, numeri, numero e natura dei colli; designazione delle merci Marks, numbers, number and kind of packages; description of the goods PT BERCA SCHINDLER LIFTS 2 Package(s) WTC II 4546012359/4600301/SF01 5060421/1.2 JAKARTA/INDONESIA ELEVATOR MATERIAL 		Nettogewicht Poids net Peso netto Net weight kg, l, m ³ etc./ecc. Bruttogewicht Poids brut Peso lordo Gross weight	
Die unterzeichnet Handelskammer bescheinigt den Ursprung oben bezeichneter Ware La Chambre de commerce soussignée certifie l'origine des marchandises désignées ci-dessus La sottoscritta Camera di commercio certifica l'origine delle merci summenzionate The undersigned Chamber of commerce certifies the origin of the above mentioned goods Luzern, Lucerne, Lucerna, 24. Feb. 2011 Zentralschweizerische Handelskammer Chambre de commerce de la Suisse centrale Camera di commercio della Svizzera centrale Chamber of commerce of Central-Switzerland 			

Déclaration en douane d'importation

PRÉSENTATION EN DOUANE Bureau de douane CH006031 GENEVE ROUTES SD LA PIRALLE Date d'acceptation: 07.11.2008, 15:34		BLOQUÉE	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Liste d'Importation DdF.  Version 1 27546523.1 </div>
Expéditeur:		Pays de production: FR position: 1 Code: 1 Masse brute totale: 61.0 Valeur TVA totale: 1564 No TVA:	No de comptes
Importateur:	Adresse	Compte douane: Compte TVA: Incoterms: DDU Transport (Mode, type, pays, immatriculation): Trafic routier, Autres, FR, GROUPEGE Documents précédents (Genre, numéro, données supplémentaires): Autre, DAC 110000, ---	
Destinataire:	Adresse		
Transitaire:	Adresse		
No: 2100200220019 Ref.: 3212 0718 01.025			
1 (00001) PRODUITS DE BEAUTES		BLOQUÉE 3304.9900	
Masse effective: 52.000 Masse brute: 61.0		Valeur net: 1529 Taux douane: 0.00 Valeur TVA: 1564 TVA(%) 7.6	
Code (genre, nombre, numéro): Palette, 1, CLARINS / 8000051		Documents (genre, numéro, date, données supplémentaires): 008, 8,0	
page 1 de 1			

Décision de taxation TVA (DTT)

DÉCISION DE TAXATION TVA

Date d'expiration: 07.11.2008, 18:34
 Date d'établissement: 10.11.2008, 23:55

GENEVE ROUTES SA LA PREUILLE
 CASE POSTALE 1021
 CH 1211 GENEVE 26

Expéditeur:

Importeur: Adresse

Destinataire: Adresse

Transitaire: Adresse

Version 1 27546323.1

Importeur: [] Ddt.

Version 1 27546323.1

Numéro de bordereau: 244558
 Pays de production: FR
 position: 1
 Groupe TVA:
 No TVA: 630023
 Transport (Mode, type, pays, intermédiaire):
 Trafic routier, Autre, FR, GROUPE

Documents précédents (Classe, Numéro, données supplémentaires):
 Autre, DAC 110000, ---
 Montant total
 TVA (CHF) 118.85

No. d'identification: 3212 0178 91 005

1 PRODUITS DE BEAUTES	SANS COV	3384.9900
[] France, FR	Général de taxation: Taxation normal	

	Montant (CHF)	Taux (%)	TVA (CHF)
Montant TVA	1764.00		
Montant selon décision de taxation douane applicable	0.00		
Montant total TVA	1764.00	7.8	118.85

Montant effectif: 52 000

Cela concerne: nombre, numéro
 Paquets, 1, CLARINS / 8000001

Documents (genre, numéro, date, données supplémentaires):
 EUR 1 certificat d'origine, A 01789402,
 04.11.2008, ---

Instruction des notes de DTT:
 La fixation de la TVA peut être effectuée auprès de la Direction des douanes compétente dans un délai de cinq ans à compter de la fin de l'année civile au cours de laquelle la présente décision a été rendue.
 Par contre, le délai est de 90 jours à compter de la date d'établissement pour les recours ou objections à des opérations de production ou d'exportation de la TVA.

page 1 de 1

Management stratégique

La réussite est planifiable

« Un objectif sans plan n'est qu'un souhait. »

Une stratégie permet de situer sa propre entreprise dans quelques années et de définir les mesures requises pour atteindre les objectifs fixés. Les entreprises commerciales sont ici confrontées à de grands défis, d'autant plus que le comportement des clients est moins planifiable sur le long terme.



Pixabay, Adriano Gadini

Contenu

Objectifs généraux du CI	2
Important : à quoi dois-je faire attention lorsque je lis le texte des connaissances de la branche ?!	2
Management stratégique	3
Qu'est-ce que le management stratégique ?	3
De la vision à la stratégie	4
De la stratégie à l'organisation	5
Questions sur le texte des connaissances de la branche	7

Objectifs généraux du CI

Le management stratégique n'a pas d'objectifs généraux attribués lors des CI.

La réflexion stratégique et la prise de décision à long terme est cependant une condition préalable à l'activité opérationnelle – l'activité quotidienne – dans une entreprise commerciale.

C'est pourquoi dans les CI 2 à 6, différents aspects de la gestion stratégique seront abordés.

VEUILLEZ PRENDRE CES CONNAISSANCES DE BRANCHE DANS TOUS LES PROCHAINS CI !

Important : à quoi dois-je faire attention lorsque je lis le texte des connaissances de la branche ?!

Le texte prévoit une marge à droite pour que vous puissiez prendre des notes. Travaillez le texte en ajoutant des repères et des symboles pour vous aider à structurer votre pensée :

? J'ai une question que je pose dans le CI.

! Information à mémoriser qui me semble particulièrement importante.

Exemple J'ai un exemple à ce sujet issu de l'entreprise formatrice.

Vous pouvez bien sûr utiliser d'autres symboles.

Répondez ensuite aux questions à la dernière page portant sur le texte des connaissances de la branche.

Management stratégique

Qu'est-ce que le management stratégique ?

Une stratégie est un plan de conduite rigoureux, servant à atteindre un objectif précis. Le mot vient du grec et était principalement utilisé en lien avec des objectifs militaires et politiques.

Le terme « Management » est dérivé des mots latins *manus* (main) et *agere* (diriger). En anglais, « management » signifie direction ou gestion.

Le **niveau stratégique** est le niveau le plus élevé de toute entreprise. Le **management stratégique** porte sur la **perspective à long terme**. La direction se penche notamment sur la question de savoir où l'entreprise doit se situer dans quelques années, comment conserver ou étendre les spécificités de l'entreprise (ou des produits et services), quels sont les objectifs à atteindre durant la prochaine période et sur la base de quels chiffres l'entreprise doit être mesurée et dirigée.

Dans ce contexte, une entreprise ou plus précisément sa direction et ses cadres doivent notamment se pencher sur les questions suivantes :

- Quelles parties prenantes (groupes d'intérêts : clients, collaborateurs, fournisseurs, investisseurs, concurrents, État, ONG [organisations non gouvernementales]) ont quelles exigences envers l'entreprise et comment l'entreprise peut-elle ou entend-elle les satisfaire ?
- Comment organiser les processus en interne afin d'obtenir un output (chiffre d'affaires, satisfaction de la clientèle) maximal tout en utilisant un minimum de ressources (personnel, capital, matériel) ?
- Quels sont les points forts et les points faibles de l'entreprise et à quelles menaces et à quelles possibilités est-elle exposée ?

En raison notamment du comportement de plus en plus hybride (imprévisible, mixte) de la clientèle, des marchés en permanente évolution, de leur dynamique fluctuante et de la pression croissante des coûts dans tous les domaines, les opérations sont de moins en moins planifiables sur le long terme. Dans ce contexte, il est certes conseillé de penser et de planifier à long terme, mais de contrôler régulièrement, p.ex. annuellement, l'actualité des stratégies.

On peut donc retenir que le **management stratégique**, et notamment toutes les activités de direction, d'organisation et de planification qui y sont liées, se consacre à la réussite durable de l'entreprise.

Contrairement au niveau stratégique, le **niveau opérationnel** comprend toutes les mesures à court terme, c'est-à-dire les affaires courantes telles que la prise de commandes, l'expédition de factures, le traitement des réclamations, etc.

De la vision à la stratégie

La **vision** sert de fil directeur au moment de formuler la stratégie. Il s'agit de questions fondamentales telles que « Qui sommes-nous ? Que faisons-nous ? Où allons-nous ? » La vision doit servir de guide, mais rester si possible hors de portée. Ainsi Bill Gates, fondateur de Microsoft, définissait-il sa vision en 1975 : « Un ordinateur sur chaque bureau et dans chaque maison ».

Tous les collaborateurs doivent connaître la vision de l'entreprise. Il est ainsi utile de définir la vision par écrit dans un **modèle directeur**. Le fait de coucher la vision par écrit permet de donner une identité à l'entreprise, d'assurer la transparence vis-à-vis des collaborateurs et de stimuler la communication et la coordination entre les services.

Toute entreprise commerciale doit surmonter des défis internes comme externes. Outre les exigences des différentes parties prenantes (clients, fournisseurs, collaborateurs...), une entreprise est également dépendante de différents facteurs (ressources, qualification du personnel, progrès technologique...). Pour qu'une entreprise commerciale puisse affronter ces défis non pas arbitrairement, mais de manière planifiée, les objectifs et les mesures sont définis dans le cadre d'une **stratégie**. La stratégie s'intéresse à deux aspects en particulier :

- Les points forts (strengths) et les points faibles (weaknesses) de l'entreprise : ils sont directement modifiables par l'entreprise, p.ex. en développant ses propres brevets.
- Les possibilités (opportunities) et les menaces (threats) de l'entreprise : celles-ci viennent de l'extérieur. L'entreprise n'a aucun pouvoir direct sur elles, mais doit décider comment exploiter les possibilités et comment écarter les menaces. Exemples : le progrès technologique (possibilité) ou la raréfaction mondiale des ressources (menace).

L'analyse dite **SWOT** est le produit de la combinaison de ces facteurs :

Facteurs internes	
Forces (Strengths)	Faiblesses (Weaknesses)
En quoi sommes-nous bons/meilleurs que les autres ?	Qu'est-ce qui nous semble difficile ?
Qu'est-ce qui contribue à notre réussite ?	Où se produisent les erreurs et à quelle fréquence ?
Que faisons-nous correctement ?	Dans quels domaines les concurrents sont-ils plus forts ?
En quoi réussissons-nous ?	
Facteurs externes	
Possibilités (Opportunities)	Menaces (Threats)
Qu'est-ce qui change autour de nous ?	Qu'est-ce qui pourrait nuire à notre compétitivité ?
Quels nouveaux modèles commerciaux sont introduits ?	Quelles évolutions morales et éthiques de la société pourraient nous poser problème ?
Quelles nouvelles technologies sont disponibles ?	À quoi devons-nous nous attendre à l'avenir en matière de dispositions légales ?
Comment évolue le marché sur lequel se situe notre activité ?	

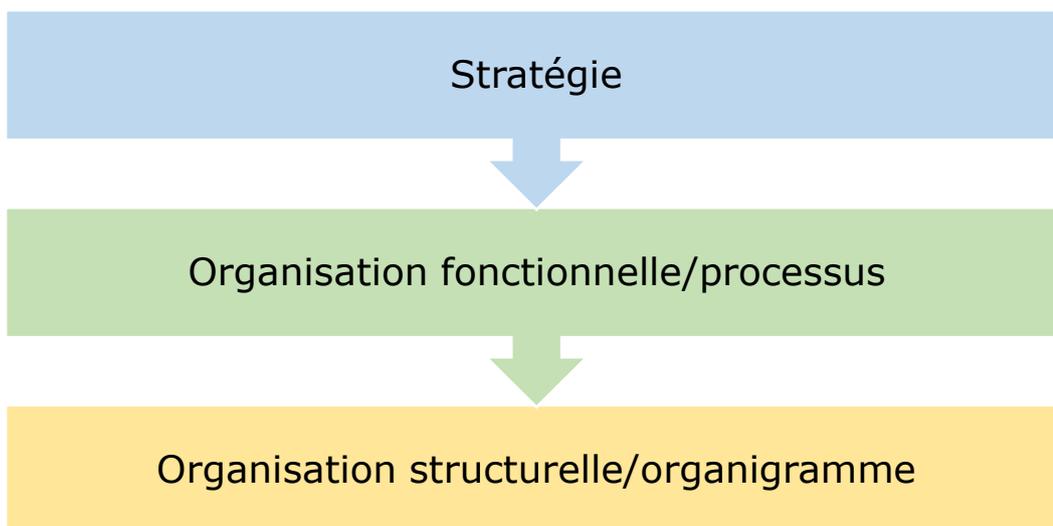
Les **objectifs stratégiques** sont définis à partir de cette analyse. Ils doivent être mesurables, tout en étant accessibles et réalistes.

Les stratégies peuvent être formulées tant au niveau de l'entreprise (stratégie d'entreprise) qu'au niveau des différents services (stratégie d'acquisition, de logistique, de marketing, de vente...).

De la stratégie à l'organisation

Dans une équipe de rameurs, il est important que tous les coéquipiers obéissent au barreur, en ramant au même rythme et dans la même direction. Il en est de même pour une entreprise. Pour en tirer le maximum, tous les collaborateurs doivent être informés de la stratégie à suivre et équipés des outils appropriés (informations, instruments de travail) pour pouvoir travailler de manière efficace et ciblée.

Après avoir défini la stratégie, il convient de vérifier dans un premier temps s'il est nécessaire de réaménager **l'organisation fonctionnelle** (processus). Dans un second temps, il faudra vérifier si **l'organisation structurelle** (organigramme) est orientée sur les processus définis.



En résumé, on peut dire que l'organisation structurelle (organigramme) doit être orientée sur l'organisation fonctionnelle (processus) qui doit à son tour s'orienter sur la stratégie. Par conséquent, toute modification de la stratégie peut entraîner la création de nouveaux processus et d'un nouvel organigramme. Dans les grandes entreprises notamment, on parle alors souvent de « réorganisation ».

Stratégie de commerce extérieur

De bonnes relations économiques constituent le fondement le plus important pour les entreprises qui font du commerce au-delà des frontières nationales. Les stratégies de commerce extérieur sont promues par l'État au profit des sociétés commerciales pour qu'elles fassent des affaires avec des producteurs et des entreprises d'autres pays.

Les conditions cadres des relations commerciales entre la Suisse et l'UE sont régies par les accords bilatéraux. En outre, la Suisse est membre de nombreuses organisations économiques multilatérales telles que l'OMC, l'AELE, la Banque mondiale et l'OCDE. Ces organisations prônent le commerce équitable et libre et le facilitent entre les États membres respectifs. La Suisse a conclu 32 accords de libre-échange avec 42 partenaires (en plus de la convention AELE et de l'accord de libre-échange avec l'UE). Normalement, ces accords sont conclus dans le cadre de l'Association européenne de libre-échange (AELE).

Cependant, la Suisse a également conclu des accords sur une base indépendante, par exemple avec le Japon (depuis 2009) et la Chine (depuis 2014).

Brexit : la Suisse a conclu en 2019 un nouvel accord commercial avec le Royaume-Uni (UK), qui est entré en vigueur au début de 2021. Cela signifie que les entreprises suisses peuvent continuer à y exporter des marchandises ou à en importer de manière réglementée, même après que le Royaume-Uni aura quitté l'UE.

Les nombreux accords commerciaux et de libre-échange conclus par les responsables politiques suisses constituent donc une opportunité stratégique pour les entreprises suisses en matière d'importations. Les sociétés commerciales suisses bénéficient du démantèlement des barrières commerciales tarifaires et non tarifaires. Cela contribue à son tour au fait que les sociétés commerciales suisses peuvent travailler de manière plus rentable et sont donc plus compétitives.

Malgré le soutien apporté par la politique, il existe des problèmes pour les entreprises commerciales qui doivent être pris en compte :

- Les fluctuations monétaires
- Barrières commerciales
- Tarifs douaniers pénalisants
- Risques financiers
- Mesures protectionnistes
- Pouvoir d'achat

Bien entendu, le commerce extérieur peut également être réglementé par des décisions politiques unilatérales, telles que l'introduction de quotas pour protéger sa propre économie ou de subventions pour les entreprises nationales. D'autre part, il existe également des menaces pour le commerce extérieur, comme les troubles politiques, les catastrophes naturelles ou les grèves.

Questions sur le texte des connaissances de la branche

Pourquoi les entreprises commerciales vendent-elles leurs produits à l'étranger ? Citez 4 raisons :

1.
2.
3.
4.

Quelles connaissances les sociétés commerciales doivent-elles posséder avant de vendre leurs produits ?

1.
2.
3.
4.

Quels sont les avantages dont bénéficient les sociétés commerciales lorsqu'elles veulent vendre leurs produits à l'étranger ? Citez 4 avantages.

1.
2.
3.
4.

Quels défis les sociétés commerciales doivent-elles relever lorsqu'elles veulent vendre leurs produits à l'étranger ? Nommez-en 4.

1.
2.
3.
4.

III Branche & Entreprise

Environnement de la branche commerce

Développement et tendances

Prescriptions étatiques



Content

Important : à quoi dois-je faire attention lorsque je lis le texte des connaissances de la branche ?!

Groupe d'intervenants	3
Développement et tendances	6
Développement économique	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Dépenses des ménages	7
Prescriptions étatiques	8
Liberté économique versus prescriptions étatiques	8
Protection des consommateurs	9
Horaires d'ouverture des commerces	15
B&E III: Questions	17

Objectif évaluateur CI**1.1.8.3.1 Connaissances sur la branche (C2)**

- Conditions cadres juridiques
- Développement / tendances

1.1.8.3.2 Contexte de l'activité commerciale et ses évolutions (C2)**Important : à quoi dois-je faire attention lorsque je lis le texte des connaissances de la branche ?!**

Le texte prévoit une marge à droite pour que vous puissiez prendre des notes. Travaillez le texte en ajoutant des repères et des symboles pour vous aider à structurer votre pensée :

? J'ai une question que je pose dans le CI.

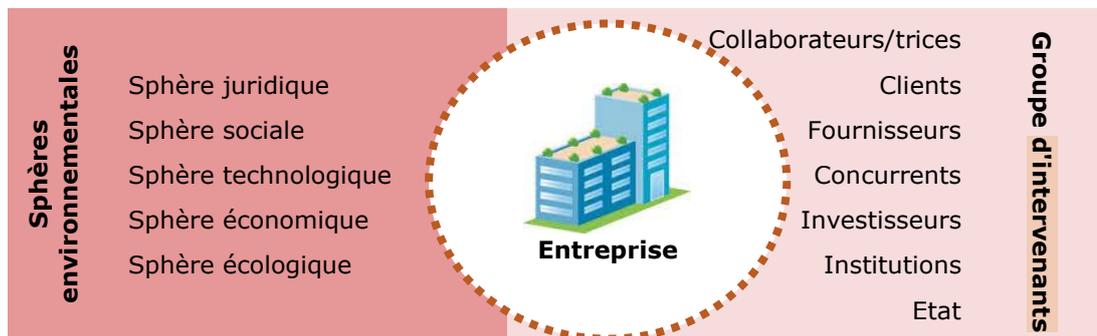
! Information à mémoriser qui me semble particulièrement importante.

Exemple J'ai un exemple à ce sujet issu de l'entreprise formatrice.

Vous pouvez bien sûr utiliser d'autres symboles.

Environnement de la branche commerce

L'économie nous démontre le modèle d'entreprise:



Sphères environnementales

L'entreprise est tributaire et dépend du développement de l'environnement. Pour les sociétés commerciales, les différentes sphères environnementales amènent les influences suivantes:

Sphères environne-mentales	Influences / développements possibles
Sphère juridique	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion commerciale de l'entreprise: règlement sur la comptabilité, facturation, délais de conservation des documents. • Formes juridiques: formes juridiques possibles, conséquences pour les organes et pour le développement • Règlements et réglementations qui ont une influence sur les activités commerciales: droit du travail, réglementation environnementale, règles de sécurité, exigences de formation, règlements sur les constructions, etc.
Sphère sociale	<ul style="list-style-type: none"> • Changements sociaux: valeurs, styles et possibilités de communication, médias sociaux, etc. • Développement démographique: vieillissement de la population, d'autres types de ménages, etc. • Travail: conditions et modèle de travail, développement des jeunes, etc.
Sphère technologique	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation dans les processus de production et canaux de ventes: commerce online, smartphones, stocks automatisés, etc. • Innovation des produits: tendances, cycles de vie des produits, etc. • Ressources: nouveaux matériaux, utilisation optimale des matières premières, etc...
Sphère économique	<ul style="list-style-type: none"> • Développement économique: croissance économique, confiance des consommateurs, taux de chômage, inflation, etc. • Situation des approvisionnements: évolution des prix, salaires, intérêts sur les capitaux, etc.

	<ul style="list-style-type: none"> • Commerce extérieur: développement des taux, stabilité des taux, etc. • Nouvelles formes commerciales: commerce online, nouvelles formes d'entreprise (Concept-Stores, Pop-Up-Stores) etc.
Sphère écologique	<ul style="list-style-type: none"> • Tendances: alimentation produite respectant la nature, traçabilité, utilisation durable des ressources, commerce équitable, abstinence des produits à base de viandes, etc. • Utilisation de matériaux recyclables: éviter les déchets, recyclage des matières, Upcycling des biens utilisés, etc.

Groupe d'intervenants

D'autres parts, différents intervenants ont des attentes et des prétentions envers les entreprises commerciales. Les entreprises commerciales ont aussi des prétentions envers les différents groupes d'intervenants:

Groupe d'intervenants	Groupe d'intervenants attend de l'entreprise commerciale...	L'entreprise commerciale attend du groupe d'intervenants...
Collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Places de travail sûres • Rémunération équitable • Bonnes prestations sociales • Conditions de travail motivantes • Gratitude 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidélité et loyauté à l'entreprise • Honnêteté et fiabilité • Bonne prestation de travail
Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Bonne qualité • Produits respectant l'environnement • Rapport prestations-prix équitable • Bon service • Bonnes conditions de paiement et de livraison • Procédure de commande simple • Respect des délais de livraison 	<ul style="list-style-type: none"> • Paiements des factures dans les délais • Fidélité des clients • Feedback honnête • Achats / commandes régulières
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Commandes régulières • Paiements ponctuels • Collaboration dans le domaine de l'innovation des produits / études de marché / optimisation des processus, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Livraisons ponctuelles et correctes • Bon rapport prix / prestations • Collaboration de longue durée
Concurrents	<ul style="list-style-type: none"> • Fair-play dans la compétition (prix, publicité) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fair-play dans la compétition • Conformité dans les droits de marques et produits
Investisseurs (Banques, actionnaires)	<ul style="list-style-type: none"> • Paiements des intérêts des crédits • Répartition des bénéfices et des dividendes • Informations sur la marche de l'entreprise • Droit de parole 	<ul style="list-style-type: none"> • Crédit à long terme • Intérêts justes • Investissements à long terme
Institutions (Par ex. associations, clubs, partis, médias, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Informations • Collaboration, par ex. dans le domaine de l'environnement, protection des animaux, conditions de travail • Soutien financier (par ex. sponsoring) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bonne relation • Collaboration lors de résolution de problèmes
Etat	<ul style="list-style-type: none"> • Respect des lois et des règlements • Paiement ponctuel des impôts 	<ul style="list-style-type: none"> • Bonne infrastructure (voies de circulation, approvisionnement en énergie, etc.

(gouvernement, cantons et communes)		<ul style="list-style-type: none">• Conditions générales favorables à l'économie (heures d'ouverture, règlements sur les constructions, conventions de libre-échange, etc.)• Impôts avantageux• Taxes favorables
--	--	--

Pour survivre dans le marché, il faut surveiller sans cesse les sphères environnementales et les groupes d'intervenants et s'adapter de manière pro-active ou apporter et/ou soutenir des nouveaux développements.

Développement et tendances

Tendances

Le secteur du commerce est un secteur innovant et dynamique. Comme l'offre des biens évolue sans cesse, les processus et les procédures de cette branche d'activité évoluent également.

Chaîne de valeur ajoutée

- Distribution directe par les producteurs (vente chez particuliers, online, distribution locale etc.) sans passer par le commerce de gros et de détail
- Collaboration verticale (collaboration étroite entre production, commerce de gros et commerce de détail) pour optimiser les marges

Communication

- Analyse des données des plateformes clients ou des outils d'évaluation
- Publicité / PR via les médias sociaux (facebook, twitter. etc.)

Alimentation

- Produits bio, production durable, origine locale, abonnement-légumes dans les fermes locales, produits certifiés
- Applications avec recettes, instructions, photos, listes de courses, blogs nourriture
- Agriculture urbaine (par ex. production de légume / élevage de poissons sur des bâtiments industriels, livraison par vélos électriques directement dans la filiale du grossiste)
- Commodité (aliments emballés prêt à consommer : convenience food)
- Nourriture végétarienne / végétalienne, slow food, etc.

Optimisation des coûts

- Optimisation de la consommation d'énergie due à la hausse des coûts
- Automatisation des processus logistiques
- Sécurité des matières premières par une coopération intense dans la chaîne de valeur ajoutée

Commerce

Commerce de gros

- Construction et entretien des réseaux internationaux et des pools d'achats
- Utilisation des données de clients des revendeurs pour l'innovation des produits
- Réponse plus rapide aux tendances de consommations
- Vente autant aux revendeurs qu'aux clients finaux

Vente

- Délocalisation vers commerce en ligne (textiles médias, électronique, etc.)
- Vente multi channel: par ex. essai des habits dans le magasin, commande online d'une autre couleur
- Commande online et livraison en magasin ou adresse privée
- Nouvelle forme d'exploitation comme Concept-Stores (mélange entre magasin et boutique) ou Pop-Up-Stores (salle de vente temporaire)
- Nouveaux formats intégrés : achats, formation, divertissement, entraînement, meetings etc. par le même fournisseur

Marketing

- Déplacement de la publicité imprimée aux canaux online
- Analyse des données des clients et établissement des profils des clients, publicité personnalisée

Comportement des clients

- Achat touristique
- Chasse aux trouvailles en Shopping-Clubs sur Internet
- Showrooming: Essayage d'habits ou tests d'appareils en magasin, commande en ligne chez le fournisseur le plus avantageux
- incontrôlable: moins de fournisseurs-/fidélité à la marque, achat dans différentes gammes de prix (Veste d'équipement de plein air à prix élevé, T-shirt de discount etc.)
- Achats sur le chemin de travail : augmentation chiffre du chiffre d'affaire des gares

De nombreux développements dans le commerce sont étroitement liés aux innovations technologiques: c'est justement la technologie de l'information qui a beaucoup contribué

aux nouvelles formes d'offres (commerce online) et à l'optimisation des processus (just-in-time Supply-Chain-Management, etc.)

Développement économique

La palme revient à la logistique, qui profite de la progression constante des échanges internationaux de marchandises. D'un autre côté, dans le commerce de détail, une petite croissance est possible vu la grande pénétration du marché.

Certes, celui-ci bénéficie d'une certaine résistance aux aléas de la conjoncture grâce à la couverture des besoins de première nécessité, mais son potentiel de croissance est limité. Cela dépend entre autre de l'emplacement : les centres-villes et les centres commerciaux classiques perdent leur attrait – les ventes en baisse depuis des années et les zones vacantes ou jamais louées témoignent de la situation. Le manque de vente conduit à des fermetures et des reprises. À l'inverse, il y a des sites qui profitent : c'est le cas pour ceux proches des flux de voyageurs ou de pendulaires (p. ex. dans les gares ferroviaires, les aéroports et les grands points de correspondance des réseaux de bus) et pour les nouveaux concepts de vente non conventionnels bénéficiant de la combinaison de commerces et de gastronomie (librairie et café) ou de centres avec divers produits et services (supermarché, fitness, blanchisserie, formation, garderie, etc.).

Dépenses des ménages

Si l'on compare les indices économiques actuels avec ceux des années 70, on relève en l'espace de ces trois décennies des détails intéressants :

Au début des années 70, le consommateur dépensait nettement plus d'argent pour les biens que pour les services. Sur un franc dépensé, environ les deux tiers allaient aux articles de types Food et Non-Food du commerce de détail. Ce rapport s'est progressivement modifié et s'est visiblement inversé depuis 1980 en faveur des dépenses liées aux services.

Par conséquent, le commerce de détail va-t-il stagner, voire même connaître un repli dans les années à venir ? Cela n'est pas envisageable car la consommation est devenue un besoin fondamental de l'homme. Elle est l'expression d'un mode de vie et de l'épanouissement personnel. C'est pourquoi la demande de consommation ne va pas fléchir à long terme.

Toutefois, la demande va connaître un changement qualitatif et le consommateur de demain suivra aussi des modèles comportementaux moins clairs qu'aujourd'hui. A l'avenir, cela imposera au commerce de faire preuve d'un dynamisme et d'une mobilité accrues. D'un autre côté, de nombreux nouveaux segments de marché s'ouvrent et autant de nouvelles chances de concrétisation d'idées nouvelles de toutes sortes.

Prescriptions étatiques

Liberté économique versus prescriptions étatiques

Les bases de notre régime économique figurent dans la constitution fédérale de la Confédération suisse:

Liberté économique

Constitution fédérale	Art. 26 Garantie de la propriété Art. 27 Liberté économique
CO	La liberté de contrat

Fondamentalement, une liberté considérable pour l'activité économique privée existe en Suisse: la profession et le type d'emploi, la forme de l'entreprise, le temps et le lieu d'une activité, les conditions commerciales, la publicité. Dans de nombreux domaines importants, nous avons le choix.

Comme le précise l'article 36 de la constitution fédérale, la limitation de la liberté économique n'est possible toutefois que pour certaines raisons fondées sur une base légale. La restriction n'est autorisée que pour la protection de l'intérêt public.

Restriction autorisée pour la protection de l'intérêt public

Cas de danger sérieux	Restrictions par exemple:
Santé	Il n'est pas permis de délivrer au consommateur n'importe quels médicaments ou aliments sans contrôles préalables.
Ordre et sécurité publique	Il n'est pas permis à tout un chacun de négocier des armes/des explosifs.
Calme publique	Il n'est pas permis d'installer des sites de production bruyants dans des quartiers résidentiels calmes
La morale	Il n'est pas permis d'organiser un peep-show dans une vitrine.
La bonne foi dans les affaires	Il n'est pas permis de faire de la publicité mensongère.

La Constitution fédérale règle en plus d'autres domaines de la vie économique. En outre, il existe des bases juridiques qui ont aussi de l'importance pour les entreprises commerciales:

Constitution fédérale	Art. 94 Principes de l'ordre économique Art. 96 Politique en matière de concurrence Art. 97 Protection des consommateurs et des consommatrices Art. 100 Politique conjoncturelle
lois (Exemples)	Loi sur la TVA, LTVA Loi sur le travail LTr Loi sur la formation professionnelle LFP Loi sur la prévoyance professionnelle LPP Loi sur l'assurance accidents LAA Loi sur la poursuite pour dettes et la faillite LP Loi sur la protection des données LPD Etc.

Pour la plupart des lois, d'autres règlements supplémentaires existent, des décrets et autres documents. Bien que dans la Constitution la liberté économique soit garantie, les autorités peuvent la limiter (massivement) si la restriction est justifiée. Cela conduit

parfois à des charges importantes pour les sociétés qui se voient confrontées avec des formulaires, des délais et des contrôles. Ceux qui s'opposent à cette procédure doivent s'attendre à des amendes et à des peines.

Conclusion

La liberté de produire et de promouvoir des marchandises et des services n'est donc pas illimitée. Cela signifie que la liberté économique garantie par la constitution est assujettie à certaines prescriptions. Est-ce que cela est nécessaire car tous les participants à l'économie n'agissent-ils pas selon la maxime?

La liberté des uns s'arrête là où commence celle des autres.
(Emmanuel Kant, philosophe)

Protection des consommateurs

La base de la protection des consommateurs se trouve à l'art. 97 de la constitution. Elle a pour objectif principal la protection de l'utilisateur final. Le consommateur ou l'utilisateur/acheteur de marchandises doit être protégé des risques, notamment des risques pour sa santé. Diverses autorités sont habilitées à édicter des prescriptions:

Confédération	Par ex. émissions sonores
Cantons	Par ex. prescriptions pharmaceutiques
Organisations privées	Par ex. normes électroniques

Pour les produits et les personnes, il existe un nombre incalculable de mesures qui visent à la protection de l'intérêt public:

Déclaration facultative	Par ex. conseils d'entretien pour les textiles
Contrôle de types	Par ex. voitures, appareils électriques, appareils de télécommunications
Autorisations de commerces et d'exercice d'une profession	Par ex. pharmacies, fabriques, entreprises de transport, colporteurs et musicien de rue
Monopoles	Par ex. enlèvement des ordures, abattoirs, affichage, importation de cépages étrangers, installation d'eau, de gaz et d'électricité
Interdictions	Par ex. films violents, possession d'armes

Des prescriptions de protection des consommateurs existent dans divers domaines de la législation suisse, par exemple:

• Produits alimentaires	• Protection des données
• Alcool	• Prévention des maladies
• Energie	• Lutte contre les accidents
• Poids et mesures	• Publication des prix
• Responsabilité du fait du produit	• Concurrence déloyale
• Manipulation de produits toxiques	• Sécurité des produits

Voici quelques règles importantes pour la protection des consommateurs.

Législation sur les denrées alimentaires

La loi sur les denrées alimentaires (LDAI) ainsi que les ordonnances correspondantes ont pour but de protéger les consommateurs des risques liés à l'utilisation et en particulier à la consommation de denrées alimentaires.

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Protection de la santé • Assurer la manutention des denrées alimentaires dans de bonnes conditions d'hygiène • Protection contre les tromperies
Règlements	<p>Quiconque fabrique, traite, entrepose, transporte ou distribue des denrées alimentaires, doit veiller à ce qu'elles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soient entreposées dans des conditions d'ordre et de propreté; • Soient entreposées, transportées ou distribuées de telle façon qu'elles ne puissent être altérées par des substances pouvant mettre la santé en danger ou d'une quelconque autre manière; • N'entrent en contact direct ou indirect qu'avec des récipients, du matériel d'emballage, des installations, des outils et autres objets semblables propres et en bon état; • Soient entreposées et transportées uniquement dans des locaux et des véhicules propres, suffisamment grands et aménagés de façon à permettre un entreposage correct; • Ne soient autant que possible pas altérées par des ravageurs et des parasites.
Exigences minimum	<p>Les denrées alimentaires doivent</p> <ul style="list-style-type: none"> • Être absolument saines et complètes, non contaminées et non détériorées. • Les matières premières végétales et animales doivent être impeccables. Elles ne doivent pas présenter de résidus antibiotiques. • Ne pas représenter un risque pour la santé lors de leur usage normal.
L'étiquetage des produits préemballés	<p>Les produits préemballés doivent porter, à un endroit bien visible et dans une écriture facilement lisible, notamment les indications suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La désignation et la composition de l'objet (on peut y renoncer si la nature, le type et la sorte de la denrée alimentaire sont reconnaissables sans autres) • La date • La température de conservation • Le pays de production, le nom de l'établissement de production, d'importation ou de conditionnement • La teneur en alcool • L'indication d'un traitement physique (par exemple «pasteurisé» ou «surgelé» ou provenance spéciale - OGM [organisme génétiquement modifié])
L'étiquetage pour la vente à la coupe	<p>Les indications écrites suivantes sont impératives:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le pays de production • L'indication de traitements aux rayons «irradiation» ou OGM

Loi sur les produits chimiques

La loi sur les produits chimiques règle l'utilisation de produits chimiques dangereux. Le commerce est responsable d'une manipulation correcte et de la protection des consommateurs. La libre circulation est assurée uniquement pour les substances sans danger, mais pas sous toutes formes de commercialisation. Pour cette raison, des colorants de textile que l'on utilise à la maison pour faire des teintures sont seulement en vente en droguerie, accompagnés de conseils d'utilisation appropriés.

Fixation de la mesure et du poids

La loi fédérale sur la métrologie définit:

- Les unités de mesure obligatoires en Suisse (mètre m, kilogramme kg, seconde s, ampère A, etc.)
- L'obligation d'utiliser les unités légales.
- Les autorisations de type et le jaugeage des moyens de mesure utilisés dans le commerce et les transports, ainsi qu'au service de la santé et de la sécurité publique.
- Et, ce qui est le plus important pour le commerce, l'obligation d'indiquer les quantités et les prix pour des mesures mesurables dans le commerce et le transport.

Obligation d'indiquer correctement les prix

Les principales règles sont fixées dans l'ordonnance fédérale sur l'indication des prix (OIP).

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Clarté des prix • La possibilité de comparer les prix • L'empêchement de fournir des indications susceptibles d'induire le consommateur en erreur
Domaine d'application	<ul style="list-style-type: none"> • L'offre de marchandises à l'achat (en magasin, en vitrine) • L'offre de services, par exemple pour les coiffeurs, la restauration et l'hôtellerie, les divertissements (théâtre, cinéma, etc.) • Les publicités avec indications et réductions de prix pour toutes les marchandises et tous les services
Indication du prix	<p>Quel prix?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le prix à payer en CHF, TVA incluse. Il s'agit du prix de détail • Pour les marchandises mesurables, il faut indiquer le prix de base: prix au kg, l, m, m², etc. • Pour les marchandises préemballées, il faut indiquer le prix de détail et le prix de base (par ex. chips 300g = Fr. 5.70, 100g = Fr. 1.90) <p>Où?</p> <ul style="list-style-type: none"> • En principe, l'indication de prix doit être apposée sur le produit ou directement à côté • Exception: l'indication de prix au rayon, l'affichage de listes de prix ou l'exposition de catalogues est autorisée si l'indication directe de prix est impossible en raison de la variété des marchandises aux mêmes prix ou pour des raisons techniques <p>Comment?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bien visibles et lisibles • Il doit être clair à quel produit, à combien de pièces, litres, mètres, etc. le prix de détail se réfère

- En vitrine: indication du prix de détail, pour la marchandise à la coupe indication du prix de base, tous les prix doivent être bien lisibles de l'extérieur

Loi sur la responsabilité du fait du produit

La loi sur la responsabilité du fait du produit LRFP en vigueur depuis le 1er janvier 1994 a été conçue comme une loi de protection du consommateur. Lors de son introduction, on a craint fortement des cas de fortes indemnisations tels qu'on les observe aux Etats-Unis. Mais en Suisse, les avocats ne travaillent pas comme aux Etats-Unis avec des honoraires en fonction des résultats obtenus et il n'y a pas eu de vague de cas de responsabilité du fait des produits.

Chaîne de responsabilités	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricant de la marchandise – importateur / grossiste – fournisseur / détaillant • En cas de dommages au produit, le consommateur se tourne vers le vendeur et n'est pas obligé de s'adresser au fabricant (étranger).
Couverture	<ul style="list-style-type: none"> • Dégâts consécutifs (personnes ou choses) • Une franchise de Fr. 900.00 doit dissuader les plaintes abusives • Délai de prescription de 10 ans • Les dommages au produit lui-même sont réglés par le droit des contrats ou le droit des délits
Exigences	<ul style="list-style-type: none"> • Produit défectueux (un produit est défectueux s'il n'offre pas la sécurité que l'on peut attendre, compte tenu de toutes les circonstances) • Survenance d'un sinistre: • Décès ou blessure d'une personne • Dommage à la propriété dans le domaine privé (brûlures de cigarettes, dommages aux meubles, etc.)
Obligation du fabricant	<ul style="list-style-type: none"> • Le produit doit être fabriqué de manière sûre (les erreurs connues doivent être corrigées, les matériaux doivent être conformes à l'usage prévu, etc.) • Le produit doit contenir des instructions (mode d'emploi, instructions, avertissements, etc.) • Le produit doit présenter les performances promises et doit être présenté en conséquence: le verre de sécurité sur un salon consacré à la sécurité doit répondre à d'autres exigences que les fenêtres et les portes à Palexpo (Genève) ou à Beaulieu (Lausanne), etc. • Le fabricant doit tenir compte • Que l'acheteur puisse également utiliser le produit d'une façon autre que prévue (une chaise sert à s'asseoir. Tout le monde sait que l'on peut également grimper dessus. Le fabricant doit donc construire des chaises qui autorisent cet usage) • Du moment de la vente • Du prix (les attentes justifiées de qualité, d'excellence, de stabilité, etc. sont d'autant plus élevées que le produit est cher.)
Types de défauts	<ul style="list-style-type: none"> • Défaut de construction (le produit a été construit de manière défectueuse ou erronée) • Défaut de fabrication (un produit présente un défaut de fabrication) • Défaut d'instruction (mode d'emploi insuffisant ou erroné, manque de mesures de sécurité pour certains groupes d'acheteurs, étiquettes d'avertissement manquantes sur les produits, etc.)

Mesures du fabricant pour éviter des cas de responsabilité du fait du produit	<ul style="list-style-type: none"> • Observation du marché (par quel groupe d'acheteur le produit est utilisé, évaluer les réclamations, prendre en considération les résultats d'autres fabricants, etc.) • Respect des règlements techniques • Mode d'emploi complet, sans faute et compréhensible • Apposer sur le produit des indications d'avertissement • Assurer la qualité en production • Contrôle de la qualité et des performances avant la vente • Conseil et vente par un personnel qualifié • En cas d'erreurs / problèmes identifiés: • Informations aux clients dans les médias ou par lettre personnalisée • Arrêt des ventes • Action de rappel
Obligation de l'acheteur	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser le produit selon l'usage prévu (par ex. une tondeuse à gazon ne peut être utilisée que dans ce but) • Prendre note des instructions et des avertissements du fabricant / vendeur • Lire les modes d'emploi, obtenir des informations sur le produit

Concurrence déloyale

Les entreprises qui se font concurrence (les concurrents) ont régulièrement la tentation d'exclure leurs concurrents en ayant recours à des moyens déloyaux. La loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) cherche à éviter cette tentation et à assurer une concurrence loyale. Elle sert notamment à éviter la mise à mal des concurrents, la dépréciation de leurs prestations et la louange exagérée de ses propres prestations. La LCD doit surtout protéger le consommateur, car celui-ci ne doit pas être induit en erreur au moment de sa décision. La publicité comparative n'est autorisée que si elle est objective, qu'elle ne procède pas à des dépréciations inutiles et ne risque pas d'induire le consommateur en erreur.

- La publicité comparative n'est pas autorisée si elle utilise des déclarations fausses ou susceptibles de créer la confusion pour établir la comparaison avec d'autres marchandises.
- La publicité qui discrimine un sexe en s'attaquant à la dignité de la femme ou de l'homme est déloyale.
- Les bons publicitaires gratuits qui donnent droit à l'acquisition gratuite ou à prix réduit de marchandises doivent préciser, sur le bon lui-même, les conditions auxquelles les marchandises sont disponibles.
- Les clients ne doivent pas être influencés dans leur décision d'achat ou être limités dans leurs libertés de décision avec des méthodes de vente agressives.
- Des gains peuvent uniquement être promis si la participation n'est pas liée à une tournée de promotion ou à un appel à un numéro surtaxé.

Protection des données

La législation suisse sur la protection des données est un élément important de la législation sur la protection des consommateurs. Elle ne règle pas des questions relatives à la mise en circulation des marchandises mais bien plus la manière dont les fournisseurs peuvent traiter les données personnelles des consommateurs. La loi sur la protection des données complète ainsi la protection des consommateurs dans le domaine personnel (indications sur la personne comme l'âge, le sexe, le domicile, etc.) et cherche à éviter l'accès illégal à des informations personnelles (les opinions religieuses ou politiques, la santé et l'intimité d'une personne).

- Les données n'ont pas été acquises légalement (par ex. dans le cadre d'une enquête ou d'un programme de fidélité de clients).
- Des données particulièrement sensibles ne doivent pas être divulguées à des tiers (par ex. les médecins n'ont pas le droit de communiquer des détails de la maladie à l'employeur).
- Les données ne peuvent être traitées que dans le but indiqué lors de leur acquisition (par ex. indications de l'adresse sur le talon d'un concours → utilisation que pour le concours).
- Les données d'une personne ne peuvent pas être traitées contre sa volonté expresse.

Conclusion

Lors de la négociation de marchandises de toutes sortes, diverses réglementations doivent être respectées. Dans différents domaines, des contrôles sont faits (par ex. produits alimentaires). La responsabilité pour la conformité des règles se trouve partiellement chez les marchands de gros et partiellement chez le détaillant; dans certains domaines (par ex. les obligations de déclaration) les deux partenaires commerciaux sont impliqués.

Horaires d'ouverture des commerces

En Suisse, on parle à nouveau beaucoup de la libéralisation des horaires d'ouverture des commerces. Le peuple a refusé une libéralisation générale des horaires d'ouverture des commerces aussi bien récemment à l'échelon cantonal (par exemple dans les cantons de Fribourg et de Saint-Gall) qu'en 1996 à l'échelon fédéral. La proposition du Conseil fédéral pour une solution de loi relativement libérale et applicable pour la Suisse entière a été rejetée en l'été 2016 par l'Assemblée fédérale.

Situation initiale

Le commerce de détail subit un grand changement. De nouvelles formes de vente génèrent une modification des horaires d'ouverture des commerces en vigueur qui sont réglées par chaque canton. Par exemple, les consommateurs et les fournisseurs utilisent toujours plus souvent internet. Le consommateur ne dépend plus d'horaires d'ouverture. Il peut, à tout moment de la journée ou de la nuit, acheter des livres, des CD ou des voyages. Les fournisseurs peuvent pour leur part exécuter la commande à n'importe quel moment de leur choix, c'est-à-dire également le dimanche ou la nuit.

Les magasins dans les stations-services et dans les gares sont très populaires malgré le résultat de la votation. Selon les propriétaires des magasins de la gare de Zurich, le chiffre d'affaires du dimanche peut dépasser de 20% celui des jours de semaine. Celui des boutiques de stations-services est également en hausse régulière. Aujourd'hui, en plus des magasins dans les gares et dans les aéroports, dans de nombreux cantons, des entreprises familiales, kiosques, boulangeries, magasins de fleurs ou de produits laitiers ou des points de vente dans les fermes profitent de dispositions spéciales. Les exceptions sont acceptées en particulier dans les régions touristiques et frontalières.

Les réglementations cantonales sont très différentes. Elles vont de la grande liberté pour les propriétaires jusqu'à l'accord entre le propriétaire sur le site sans influence de l'Etat. Dans plusieurs cantons, on discute également d'allègement.

Influences sur les heures d'ouverture des magasins

Protection des employés	La protection du personnel de vente est réglée dans la loi fédérale sur le travail. La protection de l'employé n'est donc concernée qu'indirectement par les lois cantonales sur la fermeture des magasins. La période ne nécessitant pas d'autorisation s'étend de 6h00 à 23h00. Le travail de nuit est en principe soumis à autorisation. Certains secteurs sont exclus de l'obligation d'autorisation pour le travail de nuit et du dimanche
Emissions (bruit, poussière, etc.)	La protection publique contre le bruit est aujourd'hui réglée dans la loi fédérale sur la protection de l'environnement et dans l'ordonnance fédérale sur la protection contre le bruit. Les heures d'exploitation peuvent en conséquence être limitées dans le cadre d'une mesure contre les émissions. Par ailleurs, les valeurs limites des émissions sonores par ex. sont plus sévères la nuit que le jour.
Société	Les dimanches et jours fériés ont une valeur propre, ce sont des jours de pause, du temps pour les relations familiales et sociales. Ils doivent également permettre le repos. Les milieux ecclésiastiques s'expriment donc contre la libéralisation des horaires d'ouverture des commerces. La signification du dimanche aurait une portée dépassant le niveau ecclésiastique, cette journée aurait une valeur « fondamentale pour la vie sociale ».

Situation actuelle

Souvent, on n'exploite pas totalement les horaires d'ouverture autorisés à l'échelon cantonal. Même s'il serait en réalité possible de rester ouvert plus longtemps. Dans la plupart des cantons et communes, les commerces normaux sont ouverts jusqu'à 18h30 ou 19h00 en semaine. Dès que le commerçant reconnaît que les coûts pour des horaires

d'ouvertures plus longs sont supérieurs au chiffre d'affaire, les heures d'ouverture du magasin sont écourtées.

Le samedi, la plupart des commerces ferment à 16h00 ou 17h00, dans certains endroits à 18h00. Dans de nombreux cantons et communes, les consommateurs peuvent en outre reporter leurs achats aux ventes nocturnes qui durent généralement jusqu'à 21h00.

Libéralisation ou non ?

Il y a des arguments pour et contre pour des heures d'ouverture plus longues:

Arguments en faveur des horaires d'ouverture libres,	Arguments en faveur des horaires d'ouverture fixés par l'Etat,
<p>Les besoins de la société ont changé, la fréquentation de la messe dominicale ne fait plus partie des devoirs.</p> <p>Les gens sont devenus plus mobiles et plus axés sur la consommation.</p> <p>Les consommateurs doivent pouvoir décider eux-mêmes si une prolongation des heures d'ouverture des commerces correspond à un besoin.</p> <p>La protection des travailleurs est suffisamment réglementée par la loi. Ceux qui travaillent la nuit et le weekend reçoivent l'augmentation de salaire obligatoire.</p> <p>Si un employeur veut prolonger ses heures d'ouverture, il devra donc embaucher un autre salarié.</p> <p>De nombreuses lois cantonales contiennent des injustices. Les mêmes règles devraient s'appliquer pour tous les commerces.</p> <p>Les restrictions relatives au besoin de repos des riverains résulteraient d'autres lois.</p> <p>Il est important que l'abrogation assure le traitement égal de tous les commerces et leur permettent de réagir de manière flexible aux besoins de la population.</p>	<p>Le personnel, généralement mal payé, n'est pas obligé de travailler de 5h00 du matin à 24h00.</p> <p>La prolongation des heures de travail la nuit est une nouvelle dégradation des conditions de travail.</p> <p>Le travail de nuit génère des inconvénients sociaux. Il a par ailleurs été prouvé qu'il est mauvais pour la santé.</p> <p>On peut craindre une généralisation du travail à la demande.</p> <p>Le dimanche est un jour de récupération, de repos et d'introspection.</p> <p>Les grands distributeurs seraient les gagnants d'une libéralisation. Ce sont les seuls à pouvoir vendre leurs marchandises jusqu'à 24h00 avec le personnel dont ils disposent et ils sauraient sans aucun doute exploiter la situation à leur avantage. Les magasins de village ou de quartier ainsi que les boutiques spécialisées seraient menacés.</p> <p>La vie de famille et sociale du personnel n'est pas compromise. Faire du sport, suivre une formation continue le soir, rester avec sa famille, être actif au sein d'une association, participer à la vie politique et sociale pour le personnel de vente est toujours possible.</p> <p>Il faut également se demander si nous devons avoir à tout prix et à toute heure ce que nous souhaitons. La fièvre acheteuse et le surendettement sont une triste réalité. Un élargissement de l'offre favorise ce développement.</p>

B&E III: Questions

Quelles dispositions peut prendre un fabricant pour ne pas avoir de soucis avec la loi sur la responsabilité du fait du produit?

Qu'est-ce qui arriverait si l'article 27 ne figurait pas dans la Constitution fédérale?

Quelle est le but de la législation sur les denrées alimentaires?

Quel prix doit être indiqué sur un gobelet de yaourt dans un self-service?

Quels sont les 5 cas de la protection de l'intérêt public ?

- _____ -

- _____ -

- _____

Questions ?

Notez ici toutes les questions que vous avez au sujet de ce texte (au moins une).

Conseil & Vente

Traitement des réclamations

Les commerçants ont des contacts avec des clients, des fournisseurs, des collaborateurs et d'autres partenaires d'affaire.

Les entretiens jouent un rôle important dans la relation avec les clients et autres partenaires commerciaux. Une conversation professionnelle favorise les ventes, fidélise la clientèle et améliore la coopération.

Objectifs évaluateurs CI

1.1.3.4.1

Réclamations des clients (C2)

1.1.2.2.1

Entretiens de vente ou de conseil (C5)



Business24.ch

Conten

Traitement des réclamations	2
Les causes de réclamations	2
Objectifs du traitement des réclamations	3
Procédure de traitement des réclamations	3
Situation juridique	5
Check-list du traitement des réclamations	6

Ce texte de la connaissance de la branche est la suite du texte connaissance de la branche "Conseil & Vente – Mener un entretien de façon professionnelle, négociier" ainsi que "Invalidier une objection & résoudre des problèmes". Les connaissances acquises des textes connaissances de la branche précédents sont indispensables à la compréhension du texte qui suit.

Traitement des réclamations

Les commerçants sont des experts en communication orale et écrite. Lors du traitement des réclamations, une communication professionnelle et de bonnes aptitudes sociales sont essentielles pour que la relation avec les clients ou fournisseurs ne se détériorent pas ou arrivent à la rupture.

Les causes de réclamations

Une réclamation (ou plainte) est une manifestation négative d'un client, d'un fournisseur ou d'un autre partenaire commercial. Les réclamations peuvent être faites oralement (par ex. par téléphone) ou par écrit (par ex. email).

Les causes de réclamations

- L'appareil / produit ne fonctionne pas / est défectueux / incomplet / sale / non utilisable, etc..
- Dégâts de transport, mauvais emballage
- Livraison en retard / pas faite
- La livraison ne correspond pas aux attentes / à la commande (grandeur, couleur, qualité, quantité)
- Des données / informations / sont manquantes / fausses / incomplètes / illisibles
- Les délais non pas été tenus
- Documentation incomplète / fausse, les documents ne correspondent pas (par ex. le bulletin ne correspond pas à la facture)
- Mauvais service, personnel antipathique, conseil pas orienté "clients", mauvais renseignements, etc..

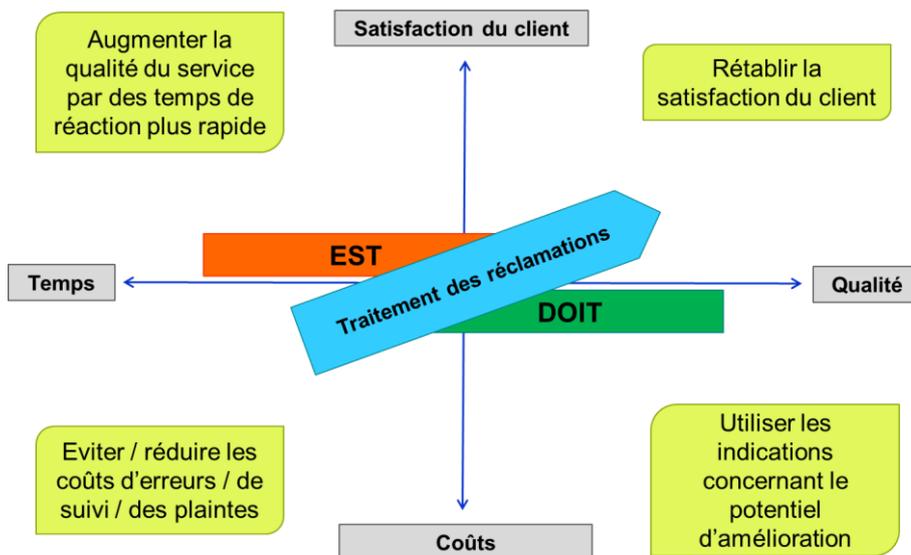
La personne qui réclame lie habituellement à sa plainte un objectif concret:

- Correction d'une erreur (données, documents, livraison, etc..)
- Changement d'une décision (prix, conditions, assortiment, etc..)
- Remboursement de frais et indemnisation des dégâts (réparation, coûts de remplacement, etc..)
- Excuse pour un comportement ressenti inapproprié

En outre, les plaintes visent probablement des changements de produits, d'assortiment ou de processus de travail.

Les réclamations et les plaintes sont un signe d'un intérêt actif du partenaire d'affaire à l'entreprise et à ses produits. Elles forment un précieux feedback sur le potentiel d'amélioration dans l'entreprise (voir texte connaissance de la branche "Gestion de la qualité et de l'environnement"). Elles offrent la possibilité de renforcer la relation avec la clientèle grâce à un traitement rapide, pertinent et arrangeant.

Objectifs du traitement des réclamations



Wikipedia.org

Dans le cadre du traitement des réclamations, un état "EST" insatisfaisant doit se transformer en un état "DOIT" satisfaisant. Les facteurs de qualité, coûts et temps sont à inclure. Ne pas oublier que pendant tout le processus – éventuellement après un certain nombre de plaintes similaires – un potentiel d'amélioration doit être trouvé.

Procédure de traitement des réclamations

Le traitement des réclamations peut être divisé en six étapes :

Etape 1	<p>Voir - percevoir</p> <p>Distinguez le client qui aimerait se plaindre, remarquez-le et accueillez-le personnellement s'il vient vous voir. Accordez-lui toute votre attention.</p>
Etape 2	<p>Ecouter - comprendre</p> <p>Manifestez de la compréhension pour ses revendications et sa colère. Ecoutez-le et laissez-le s'exprimer. Essayez de comprendre le problème. Cherchez quelles peuvent être les causes de la réclamation. Saisissez le problème si possible précisément et systématiquement incluant tous les détails importants (voir check-list du traitement des réclamations).</p>
Etape 3	<p>Regretter – chercher des solutions</p> <p>Faites comprendre au client que vous prenez le problème au sérieux et que vous en êtes désolé. Dites-lui par exemple qu'il peut compter sur votre entreprise et sur vos services pour résoudre le problème: "Je suis désolé que vous ayez des problèmes avec notre produit." – "Je comprends que vous êtes contrarié après cette expérience." Soyez prudent avant de reconnaître une faute et vos promesses concernant la prise en charge des coûts. Essayez de savoir quelle solution le client cherche. Démontrez quelles possibilités existent du point de vue de votre entreprise (si vous en avez les compétences) ou quelles mesures vous pouvez entreprendre pour trouver une solution (transmettre à une autre personne, clarifier, se renseigner, organiser un rappel, etc.). Rassurez le client que vous vous souciez de ce problème, éventuellement avec la participation d'autres personnes ou services.</p>
Etape 4	<p>Décider</p> <p>Examinez rapidement qui peut résoudre le problème et estimez le temps nécessaire à la remise en état de la machine ou du système. Essayez de trouver une solution qui soit acceptable aussi bien pour le</p>

	client que votre entreprise.
Etape 5	Agir Mettez rapidement en œuvre la solution convenue. En agissant rapidement, vous pouvez compenser les désagréments occasionnés et éviter d'en causer d'autres.
Etape 6	Remercier Considérez une réclamation comme une critique constructive. Il s'agit d'une communication importante qui permet à votre entreprise d'améliorer ses produits et ses prestations. Remercier le client pour sa communication grâce à laquelle votre processus pourra être amélioré.

Lors d'un entretien avec un client qui réclame, évitez les commentaires suivants:

Commentaires	Interprétations possibles du client
«Ce que vous dites ne peut pas être vrai!»	Vous êtes un menteur.
«Ce n'est encore jamais arrivé!»	Vous êtes un rouspéteur.
«Vous avez fait quelque chose de faux!»	Vous n'êtes pas capable de l'utiliser correctement.
«Vous devez vous trompez!»	Vous n'êtes pas tout à fait sain d'esprit.
«Je n'y peux rien! Ça, c'est notre bureau qui a fait faux»	Le conseiller à la clientèle ne se sent pas responsable et accuse d'autres personnes.

Exemple: entretien entre une cliente et une employée de vente interne du fournisseur:

Situation initiale	Lors de la livraison d'une imprimante multifonctionnelle, le bac à papier supplémentaire et le toner de couleur ont été oubliés. La cliente, Madame Moulin, appelle immédiatement le fournisseur. Elle est mise en relation avec Patricia Salamin à qui elle se plaint de la livraison incomplète.
Etape 1	"DocuPrint SA, Patricia Salamin, Que puis-je faire pour vous?" – "Bonjour Madame Moulin."
Etape 2	"Est-ce que j'ai bien compris: l'imprimante a été livrée mais les accessoires sont manquants?" – "Quand est-ce que l'imprimante a été livrée?" – "Pouvez-vous me donner votre numéro de client" Patricia Salamin prend note de toutes les indications importantes (vois aussi la check-list de traitement des réclamations)
Etape 3	"Je suis vraiment désolée que vous ne puissiez pas profiter tout de suite de toutes les possibilités que vous offre cette imprimante. Je ne sais pas pourquoi les deux accessoires manquent. Je m'en occupe tout de suite personnellement pour que vous puissiez recevoir le bac et le toner le plus rapidement possible. Ah, vous devez déjà faire des impressions en couleur demain? Je me renseigne vite au dépôt si un technicien peut venir encore cet après-midi vous amener les pièces manquantes. Je vous rappelle dans une demi-heure"
Etape 4	Patricia Salamin informe son supérieur du problème et de la solution prévue. Elle appelle le magasinier et demande s'il y a une tournée prévue dans l'après-midi dans la région de la cliente. Ensuite, elle se renseigne au dépôt si les pièces sont livrables.

Etape 5	Entre temps, le magasinier a déjà donné l'ordre au technicien de venir chercher les pièces au dépôt et de les apporter entre 2 livraisons à la cliente.
Etape 6	Patricia Salamin rappelle la cliente, l'averti que la livraison aura lieu dans l'après-midi et la remercie d'avoir donné la possibilité à la société d'améliorer la livraison incomplète.

Situation juridique

Une réclamation se justifie quand la marchandise concernée ou la prestation démontre un manque. Ceci signifie que certaines propriétés promises ou attendues dont l'acheteur pourrait bénéficier ne sont pas présentes. Par exemple, c'est le cas lorsqu'un appareil a un défaut technique.

Le vendeur de l'appareil défectueux a plusieurs options juridiques pour résoudre le problème:

Remplacement	Le vendeur échange le produit défectueux contre un produit en ordre.
Réduction	Le vendeur accorde une réduction de prix.
Annulation	L'acheteur annule le contrat et reçoit en retour le prix d'achat.

Ces spécifications du code des obligations (CO) ne sont cependant pas obligatoires; les fournisseurs peuvent apporter toutes sortes de modifications et les préciser dans les conditions de garanties ou dans les conditions générales de vente.

Sous l'aspect de la fidélisation du client, le fournisseur peut également opter pour une approche conciliante: il choisit une solution à l'amiable pour satisfaire le client. Le client dispose ainsi d'une expérience positive avec ce fournisseur et continuera probablement à acheter chez lui. Ce sont justement les réclamations qui concernent des petites sommes qui doivent être résolues de cette manière, non pas des litiges coûteux qui s'étendent sur une longue période.

Être prévenant: courtoisie, générosité, sens du compromis

Les conséquences d'un traitement de réclamations à succès

Si le problème peut être résolu dans le cadre du traitement de la réclamation en temps opportun, de manière rentable et à la satisfaction du client, ce client va parler à d'autres consommateurs de son expérience avec la société et mettra l'accent sur son expérience positive. Idéalement, ce client fera même de la publicité pour l'entreprise à des nouveaux clients. Ainsi, un traitement de réclamation mené avec succès présente un avantage concurrentiel.

A l'inverse, un client dont le problème ne peut pas (encore) être résolu parlera encore plus à d'autres personnes de ce sujet car il est toujours insatisfait à cause de la lenteur prise par la résolution du problème. Dans le pire des cas, il va même partir à la concurrence. Ce sera très coûteux de reconquérir ce client: selon des recherches, cela coûte entre 2 à 5 fois plus cher de reconquérir un client que d'en fidéliser un déjà existant.

Il est important de se rappeler que les clients, à l'heure actuelle, ne parlent pas uniquement à leurs amis et connaissances de leurs expériences mais à un cercle plus large de personnes intéressées, sur des forums online, sur des portails d'évaluation sur internet. Les informations arrivent à un plus grand nombre d'intéressés.

Check-list du traitement des réclamations

Il est utile de créer une check-list pour le traitement des réclamations. Celle-ci contribuera, grâce à une saisie complète, à une bonne détection systématique et aussi exhaustive que possible de la réclamation afin que le problème soit résolu aussi vite que possible et à moindre frais.

Points essentiels lors du traitement d'une réclamation

- Date, heure de l'appel
- Entreprise, adresse, numéro de client
- Nom de l'appelant, numéro de téléphone, natel, heure de rappel possible
- Produit / prestation litigieux, numéro d'article, acheté quand / où, conseillé par qui
- Numéro de commande, référence, numéro de facture
- Problème (Quoi exactement? Arrivé quand pour la 1^{ère} fois? Où? Avec quelle suite? Parlé avec qui? Quelles étapes supplémentaires ont été entreprises? Etc...)
- Evénement (Qu'est-ce qui est arrivé? Qui était impliqué? Où? Quand? Comme c'est arrivé précisément? Qu'est-ce qui a été entrepris depuis? Etc.)
- Causes possibles
- Solutions possibles du client, nos possibilités, convenu jusqu'à présent, organisé jusqu'à présent, etc.)
- Qui a reçu la réclamation ? A qui a-t-elle été transmise ?, liquidé par le

La check-list peut être adaptée à la situation de l'entreprise et aux types de réclamations. Cela permet de créer des évaluations spécifiques concernant la quantité et le type de réclamations et d'en tirer du potentiel d'amélioration.