

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BTS Commerce international –Session 2008
Stratégies, opérations, gestion en CI
Cas UVICA - Eléments de correction

Première Partie : La Chine, un marché émergent pour les vins français

1.1. Analyse du marché des vins en Chine

<u>Demande</u>	<u>Offre</u>
<p>Eléments quantitatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un marché vaste à conquérir, néanmoins 1,3 milliards de chinois ne correspondent pas à 1,3 milliards de consommateurs. - La population chinoise ne boit que 0,33 litre de vin par an et par tête, soit 400 millions de bouteilles au total. - Les consommateurs de vins ne représentent que 5% de la population pour le moment. - 200 millions de consommateurs potentiels situés autour des grandes métropoles (Pékin, Shanghai, Canton) <p>Eléments qualitatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vin rouge prédomine (cabernet sauvignon et merlot), considéré comme bon pour la santé. (le rouge est la couleur du bonheur). - 5 critères de choix : origine, prix (important), millésime, marque et recommandations. - 3 axes majeurs de consommation : luxe, cadeaux, fête donc une consommation des vins marquée par une forte saisonnalité : 50 % du CA annuel. Perspectives : J.O., Exposition Universelle. - Problème : manque de repères des chinois en matière de vin : choix souvent aléatoire faute d'une culture du vin. - Le « French Wine Paradox » a une influence favorable. 	<p>Locale :</p> <p>Quantitative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 90% de l'offre totale - -80% vin rouge / 20% vin blanc - prix vente de 3 USD <p>Qualitative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - oligopole (10 acteurs =2/3 du marché) - marché boissons alcoolisées dans les + important du monde - cépages importés : cabernet sauvignon, merlot - commercialisation par marque (et non pas par terroir) <p>Etrangère :</p> <p>Quantitative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10% de l'offre totale - vrac : 80% volume et 40% valeur - hausse de 43% en 2007 - prix de vente entre 10 et 20 USD - pas de prix inférieur à 6 EUR <p>Qualitative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - principalement segment haut de gamme - principaux pays fournisseurs : Australie, USA, Chili, Argentine, Espagne, Italie et France - place de la France : 1^{ère} en valeur et hausse des PDM. - Espagne : 1^{ère} en volume - Prix élevés - Création de marques : Dragon Seal (JV avec Pernod-Ricard).

Distribution	Environnement
<p data-bbox="279 302 598 336">- Principaux débouchés :</p> <p data-bbox="231 369 502 425">Grande distribution Cafés, hôtels, restaurants.</p> <p data-bbox="279 459 766 515">- Nécessité de prévoir un animateur sur chaque point de vente.</p>	<p data-bbox="845 302 1332 358">Image de la France : elle cherche à devenir la référence qualité en Chine</p> <ul data-bbox="845 358 1284 548" style="list-style-type: none"> - Partenariat (vignoble modèle,) - Le plus gros budget de coopération agricole - Formation du personnel chinois - Festival gastronomique - « French paradox » <p data-bbox="845 571 1077 604">Politique chinoise :</p> <ul data-bbox="845 604 1324 694" style="list-style-type: none"> - Forte incitation à remplacer les alcools forts par le vin - Festival du vin de Changli <p data-bbox="1045 750 1125 784" style="text-align: center;">Accès</p> <p data-bbox="805 784 1284 817">Membre de l'OMC (baisse des D.D. : 14%)</p> <p data-bbox="805 840 1348 1019">Régime d'importation : Contre étiquette en chinois Déclaration préalable, fiche technique conformité des produits (assuré par l'importateur) Possibilité aux acteurs étrangers d'importer : licence générale d'importation requise.</p> <p data-bbox="805 1052 1204 1120">Réglementation douanière et fiscale 3 types de taxes en plus des DD</p>

Conclusion

Le marché chinois constitue un marché potentiel intéressant à terme, (hausse du pouvoir d'achat, croissance du marché) notamment pour l'offre française. Mais, c'est un marché fortement concurrentiel qui nécessite pour se différencier, des efforts importants en communication et en formation afin de développer une véritable culture du vin.

1.2. Forces et faiblesses d'UVICA (des vins ardéchois) sur le marché Chinois

Atouts	Faiblesses
<p><u>L'entreprise</u></p> <p><u>Produit :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vin de qualité • 80 % de la culture chinoise concerne des cépages rouges, ce qui implique une consommation de vins rouges essentiellement. Uvica dispose des cépages pour répondre à cette demande. • Maîtrise du vrac (bag in box) • Bénéficie de l'image de marque des vins français. • Offre complémentaire au reste de l'offre française (grands crus...) <p><u>Techniques CI et savoirs faire :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Expérience commerciale au Japon 	<ul style="list-style-type: none"> • Petite coopérative • Faiblesse de la structure export • Faiblesse des moyens financiers • Notion de terroir inconnue • Manque de communication sur les cépages • Pas de création de marque (cf. manque de moyens financiers) • Notoriété insuffisante • Expérience limitée de l'Asie (recours à des importateurs) • Langues : une seule personne parle l'anglais

1.3. Contraintes et adaptations pour exporter en Chine

Contraintes commerciales :

Produit adapté au goût et aux exigences des consommateurs, nom de la marque prononçable en chinois, mémorisable et pas de connotation péjorative, un emballage attractif.

Contraintes techniques et règlementaires :

- Mise en conformité du produit (normes, additifs, qualité)
- Etiquettes soumises à contrôle de conformité
- Contre-étiquetage obligatoire : informations en chinois pour décrire le produit et procédure d'agrément longue.

1.4. Profil requis de l'importateur de vins en Chine

- Professionnel de la distribution de vins et spiritueux avec connaissance des vins français. (coutumes locales, législations, habitudes de consommation...)
- Chinois d'origine de préférence.
- Compte tenu de l'étendue du marché, le recours à plusieurs importateurs peut être envisagé.
- Bonne connaissance des réseaux de distribution locaux.
- Surface financière suffisante et bonne solvabilité.
- Locaux et installations adaptés.

Deuxième Partie : Prix d'offre Export

2.1. Analyse des conditions demandées par le distributeur et conséquences

Conditions	Conséquences
1 conteneur complet	Les marchandises sont empotées dans les locaux d'UVICA. Elles seront protégées contre les ruptures de charges le vol éventuellement. Le remplissage garantira l'homogénéité des produits et leur sécurité.
CIF Canton	L'acheteur souhaite des conditions de vente rendu sur son territoire. Le transport principal et l'assurance sont pris en charge par le vendeur. Les risques du transport sont supportés par le client. Canton : s'assurer des dessertes de cette ville par les différentes compagnies maritimes.
Devise : HKD	Le paiement en devise représente un risque de change pour UVICA, pour lequel il est important de prévoir une couverture.
Paiement par crédit documentaire irrévocable	Seul le risque commercial est couvert, en l'absence de risque politique, il subsiste un risque de défaillance bancaire. S'assurer de la banque émettrice. Autre contrainte : gestion du crédit documentaire, constitution de la liasse documentaire en fonction de l'avis d'ouverture.
Offre à formuler sous dix jours	Délais de réponse très court compte tenu de l'incoterm et des données à collecter en matière de logistique. Ce délai très court, s'inscrit peut-être dans un contexte de mise en concurrence des fournisseurs et a valeur de test quant à la réactivité d'UVICA.

Conclusion :

UVICA dans cette opération ne court pas de très gros risques, sauf en cas de fluctuation à la baisse du taux de change.

2.2. Calcul du prix d'offre en HKD

Eléments de coûts	Calculs	Montant
Calculs préliminaires	Calcul du volume : $2,5 \text{ m}^3 \times 11 = 27,5 \text{ m}^3$ Poids : $1\ 500 \times 11 = 16\ 500$ Hyp. 1 : un conteneur complet : Box rate : 2 500 Empotage : 25 Pré acheminement : 150 Chargement : 55 Total : 2 730 Hyp. 2 : groupage $27,5 \text{ UP} \times 120 = 3\ 300$ Nombres de caisses : $11\ 400 / 24 = 475 \text{ caisses}$	
Prix du vin	$[(11\ 400 \times 0,75) / 100] \times 450$	38 475,00
Frais de mise en bouteille	$(0,14 + 0,04 + 0,17 + 0,01) \times 11\ 400$	4 104,00
Emballage et marquage des caisses	$(3,5 + 0,28) \times 475 =$	1 795,50
Coût de revient		44 374,50
Marge d'UVICA 15% du coût de revient	$44\ 374,50 \times 15\ %$	6 656,18
Prix de vente départ		51 030,68
Formalités douanières export		50,00
Transport principal : conteneur complet		2 730,00
Surcharge BAF	$2\ 500 \times 3\ %$	75,00
Fret révisé		2 575,00
Surcharge CAF 2,6% du fret révisé	$2\ 575,00 \times 2,6\ %$	66,95
Montant du fret	$2\ 730 + 75 + 66,95$	2 871,95
« CFR » Canton		53 952,63
Assurance : 1% du CIF + 10%	$\text{CFR} + 1\ % (\text{CIF} + 10\ % \times \text{CIF}) =$ $\text{CFR} + 1\ % \times 1,1\text{CIF}$ $\text{CIF} = \text{CFR} / 0,989$ $53\ 952,63 / 0,989 = 54\ 552,71$	
CIF Canton (EUR)		54 552,71
CIF Canton (HKD)	$54\ 552,71 \times 9,30$	507 340,19

2.3. Etablissement de la pro forma

Facture Proforma / Proforma Invoice		N° facture		Date facture Proforma/Proforma Invoice date : 15 décembre 2007	
		Autres références/ other references			
Vendeur / Seller UVICA- Vignerons Ardéchois 07 120 Ruoms - FRANCE		Acheteur/ Buyer Tang Xi Canton			
Notifier/ Notify		Banque du vendeur Seller's bank Société Générale de Lyon			
Date de mise à disposition Date of disposal	Date d'expédition demandée Date of despatch requested Avant le 17 / 02 / 2008	Pays d'origine/Country of origin FRANCE	N° guichet banque Bank counter n°		
Pré-transport par/ pre-carriage by Route	Lieu de reception.place of receipt Canton	Conditions de paiement Terms of paiement CIF Canton	Monnaie de paiement Currency of payment HKD		
Identité du moyen de transport Transport Principal Maritime	Lieu de chargement Place of loading Marseille	Technique de paiement : Crédit documentaire irrévocable			
Lieu de déchargement Place of dispache Canton	Lieu de destination Place of destination Canton				
Nombre Number	Désignation des produits Description of goods : vin	Poids Total Global Weight	Quantité Quantity	Prix Unitaire Unit price	Montant Amount
1 conteneur complet de 20' contenant 11 400 bouteilles de vin rouge (merlot / syrah) conditionnée en 475 caisses bois de 24 bouteilles sur 11 palettes.					511 000
Emballage/Packing Caisses spéciales en bois	Fret/Freight	Autres Coûts Other Costs	Assurance Insurance	Montant total Total Amount 511 000	
Déducti/Deductions		Lieu d'établissement Place of issue Ruoms			
Clauses particulières -visas Special Informations -visas Acompte de 15 % à la commande par virement SWIFT Date de validité : 31/01/2008		Nom/ Name			
		Tél/Tel			
		Signature/signature Signature du Responsable export			

2.4. Identification des anomalies du crédit documentaire et démarche à suivre

Les anomalies

- Erreurs : crédit documentaire irrévocable et confirmé alors qu'il est seulement irrévocable.
- Incoterm CIF Canton au lieu de Hong Kong
 - 44B
 - 45A
 - 46A - DDP / CIF
 - freight collect / prepaid

2.5. la démarche à suivre

Contacter l'acheteur (le donneur d'ordre) afin de modifier les éléments ci-dessus
Attendre l'avenant

Troisième Partie : Gestion – Analyse de bilan

3.1. Bilan fonctionnel

3.2. Calculs et commentaires

Quatrième Partie : Gestion du risque de crédit

4.1. Intérêt de souscrire à une assurance COFACE Globaliance

Couverture du risque crédit

Modularité de la police en fonction des différentes catégories de risque et des choix de l'entreprise.

4.2. Axe des temps de l'opération

01/05/07	01/09/07 (120 j)	24/09/07	18/10/07	06/11/07	18/03/08	18/04/08
Expéd° marchandise et facturation 16 000 EUR	Echéance du paiement	DMS	DI	Mise en demeure	Indemnité provisionnelle 14 400	Récupération partielle de la créance 14 500

4.3. Perte subie

Créance initiale : 16 000 euros
Indemnité : -14 400

Récupération 14 500
Honoraires d'avocat 1 500
Récupération nette 13 000 (inférieure au montant de l'indemnité)

L'assuré ne perçoit aucune indemnité complémentaire car le reliquat est inférieur à l'indemnité initiale

Perte nette 1 600 euros soit 10% de la créance d'impayé