

Les essentiels d'Euler Hermes 2017

Guide de l'export

Les 6 étapes incontournables avant de signer à l'export



www.eulerhermes.fr



EULER HERMES

Our knowledge serving your success

*Notre savoir au service de votre réussite

A company of Allianz 

Sommaire

Édito

- 1** Bien évaluer les risques en recueillant les bonnes informations
- 2** Sécuriser au maximum la relation client
- 3** Choisir le bon mode de paiement et le bon délai
- 4** Assurer son recouvrement
- 5** Tenir compte des différences culturelles
- 6** Opter pour une solution globale de gestion du poste client

Édito

Alors que la crise se prolonge en Europe, les entreprises ont plus que jamais besoin de trouver des relais de croissance à l'international.

Cependant, exporter comporte des risques spécifiques et un impayé peut vite se transformer en risque majeur de trésorerie. En France, 25% des défaillances d'entreprise sont causées par des impayés... Il existe des moyens de s'en prémunir ; l'idéal est de se préparer dès l'identification d'un prospect à l'étranger.

Voici 6 étapes simples à suivre, si vous vous apprêtez à conclure un contrat avec un nouveau client à l'international.



Bien évaluer les risques en recueillant les bonnes informations



À l'international, on dit que le risque pays prime sur le risque client : cela signifie qu'il faut d'abord tenir compte des conditions locales, puis examiner le sérieux et la solvabilité de votre prospect.

S'agit-il d'un pays à risques ?

Depuis la crise, la situation de nombre de pays s'est fortement dégradée, avec notamment un nombre de défaillances d'entreprises qui a doublé et des risques difficiles à anticiper car protéiformes et diversifiés. La Direction générale du Trésor (ministère de l'Économie et des Finances) et les assureurs-crédit mettent régulièrement à jour leur liste des pays considérés comme « à risque ». À l'aide de ces données, constituez-vous une **fiche pays complète**.

Votre fiche pays



Reprenez les caractéristiques politiques, juridiques, monétaires, douanières, climatiques, culturelles, linguistiques du pays. La corruption est-elle omniprésente ou rare ? Quelle est la part de l'économie informelle dans le PIB ? Les infrastructures sont-elles performantes ? Quelle est la forme juridique des sociétés locales ? Quels sont les moyens de paiement couramment utilisés, les délais pratiqués ? En cas de litige, quels sont les tribunaux compétents, et quel est leur délai de jugement ? Le marché boursier est-il efficace et transparent ? Quels sont les relais français présents sur place ? Envisagez tous les scénarios.

L'évaluation du client

À l'étranger, procéder à l'évaluation du risque client n'est pas toujours évident. Première chose, qui peut paraître incroyable : « **Vérifiez d'abord que votre client... existe !** », lance Pierre Pasquier, responsable de l'arbitrage export chez Euler Hermes.

« Un entrepreneur qui n'avait pas été payé par un client chinois est allé voir à l'adresse indiquée, pour ne trouver qu'un terrain vague. » Identifiez bien **là ou les personnes qui ont la capacité juridique de signer** contrats et bons de commande, on a vu des bons de livraison signés par le concierge ! Vérifiez auprès du siège l'adresse de livraison, si la commande a été passée par une filiale. Demandez à consulter les comptes de l'entreprise : si elle est cotée, il est possible même si c'est loin d'être le cas le plus courant - qu'ils soient publics. Vérifiez si des bases de données locales existent, et si elles sont fiables. Attention, les bilans ne sont pas forcément certifiés selon les mêmes règles et avec la même rigueur partout, donc sachez relativiser des résultats mirobolants.

Votre futur réseau local



Sollicitez les conseillers du commerce extérieur français (cnccef.org), les entreprises de votre secteur déjà présentes sur place. C'est l'embryon de votre futur réseau local !

Ne négligez pas les sociétés spécialisées (assureurs-crédit, associations nationales et internationales de gestionnaires de crédit), qui disposent de données actualisées que vous pourrez commander directement par internet.

Sécuriser au maximum la relation client



«Soyez très procédurier» , recommande Pierre Pasquier. Notez tout, même les choses apparemment évidentes. C'est fastidieux, mais nécessaire : il faut tout signer, acter, valider. Et savoir que tout ce qui n'est pas explicitement interdit est autorisé.

Vos CGV, un socle indispensable

Pour protéger vos intérêts, gardez à jour la « chaîne de documents » échangés. Faites figurer, au verso de votre accusé de réception de commande, l'ensemble des conditions générales de vente (CGV - en anglais GTS, General terms of sale). Sachez qu'on trouve des CGV-type très bien rédigées sur [les sites des Chambres de commerce internationales](#).

Les CGV comprennent :

- les conditions de vente proprement dites ;
- les conditions de livraison (avec les délais et modalités pour émettre des réserves sur les biens ou services concernés) ;
- les conditions de règlement : délai, mode et lieu de paiement, devise, clauses pénales pour non-paiement à échéance, etc. ;
- les conditions de contentieux : clause attributive de compétence, clause de droit applicable, clause d'arbitrage.

Quel tribunal choisir



« Les situations varient énormément d'un pays à l'autre, relève Eva Sebban, responsable du recouvrement export d'Euler Hermes. Pour les clients de l'UE, il est relativement simple d'assigner en France et de faire exécuter la décision dans le pays du débiteur.

Cependant, dans certains pays comme l'Allemagne, où le système judiciaire est performant, on peut prévoir d'assigner sur place. En revanche, en Espagne, les tribunaux sont si engorgés que les délais sont considérables. Hors UE, le coût et la durée des procédures sont aussi parfois rédhibitoires : c'est le cas au Maghreb. Quant à la Russie, il ne sert à rien d'assigner un acheteur russe en France, car il n'existe pas de reconnaissance mutuelle des décisions de justice. Il conviendra de prévoir une clause d'arbitrage. » Pour la Chine, Pierre Pasquier est formel : « Sachez que devant un tribunal chinois, vous ne gagnerez pas. »

Imposez vos CGV

Il existe plusieurs façons de vous garantir que seules vos CGV s'appliquent.

“

La meilleure façon est de les faire signer
par votre prospect au moment de la première
commande ”

Eva Sebban.

Aucune contestation ne sera alors possible. Faites précéder les CGV et, le cas échéant, le contrat d'un préambule explicite **établissant vos CGV comme seule base de négociation commerciale**, et précisant que la signature du bon de commande entraîne leur application sans réserve. Si vous ne prenez pas ces précautions, ce sont les conditions générales d'achat (CGA) de votre client qui pourraient s'appliquer. Ce n'est pas dans votre intérêt, notamment parce que cela compliquerait le recouvrement de vos créances. **Ne signez en aucun cas les CGA de l'acheteur.**

Quand il n'y a pas de contrat



Établir un contrat solide nécessite de recourir à des professionnels spécialisés, ce qui occasionne des frais. Selon le montant de la commande, cette dépense peut paraître exorbitante. C'est pour cela que nombre d'échanges de biens et services internationaux portant sur des montants peu importants ne font l'objet d'aucun contrat, mais d'un simple bon de commande. « Dans ce cas, la signature des CGV et d'un bon de commande écrit vaut contrat, précise Eva Sebban. Si vous avez pris cette précaution, et que vous gardez précieusement ces documents, vous êtes aussi bien protégé qu'avec un contrat. Mon conseil : créez un système d'ouverture de compte client interne, un dossier reprenant toutes les coordonnées et les données du client, et joignez-y les CGV signées par ses soins. »

Les CGV doivent préciser les conditions liées au **transfert des risques**. Il s'agit du choix de l'**incoterm** (contraction de International commercial terms, définis par la Chambre de commerce international, ICC). Selon le mode de transport et de livraison, il existe 11 possibilités, chacune désignée par 3 lettres de ses initiales, par exemple : DAT, delivered at terminal. L'incoterm choisi et sa version (la plus récente date de 2010) doivent être précisés dans le contrat. Il répartit les risques et obligations (charges, taxes, fourniture de documents) entre le vendeur et l'acquéreur : prêtez-y la plus grande attention.

Choisir le bon mode de paiement et le bon délai



« Ne faites rien qui vous paraisse bizarre, même si c'est une pratique locale », prévient Pierre Pasquier. Récemment, un client a eu un doute. On lui demandait, avant de livrer une société en Afrique subsaharienne, de bloquer des fonds en garantie sur un compte du même pays. Une pratique pour le moins inhabituelle... Voici les possibilités qui s'offrent à vous pour éviter les mauvaises surprises.

S'adapter au contexte

Le choix dépendra de votre évaluation du risque pays et du risque client. Votre fiche pays et les renseignements recueillis en amont vous seront d'un grand secours. Une bonne appréhension des usages locaux peut également se révéler précieuse. Car l'enjeu est de taille ; comme le confirme Eva Sebban, « l'essentiel des problèmes se concentre sur la première livraison, quand on ne connaît pas le client ».

Les moyens de paiement à proscrire à l'international



- Le chèque (délais de traitement, risques de vol, de falsification...). On peut cependant envisager un chèque de banque établi par un organisme financier de premier rang d'envergure internationale.
- Les autres « effets de commerce » (lettre de change, billet à ordre). Ils ne sont pas harmonisés, comportent des mentions spécifiques selon les pays, et entraînent un risque élevé de conflits de lois. Cela dit, on peut envisager de les utiliser avec un aval bancaire.

Les autres moyens de paiement

- **Le virement.** Son coût est faible, et son exécution rapide si l'on passe par un système comme Swift. Mais vous dépendez du bon vouloir de votre client... Cela dit, sa souplesse en fait le mode de règlement international le plus utilisé. « D'autant qu'il **permet le règlement d'un acompte, voire un règlement comptant**, c'est-à-dire avant livraison, assure Eva Sebban. Ce type de règlement préalable est recommandé si on ne dispose pas de garantie, ou si on a des doutes sérieux sur le client. Dans certains pays, comme la Russie, l'acompte à la commande est même la règle : autant en profiter ! »
- **La « remise documentaire » :** une transmission de documents de votre banque à celle de votre client, qui permet à l'acheteur de récupérer la marchandise en échange d'un paiement comptant ou d'une acceptation de traites. A noter : la banque n'apporte aucune garantie de paiement. Il convient donc de prévoir un règlement par traite avalisée.
- **Le « crédit documentaire » :** il est très sûr, car chaque banque, la vôtre et celle de votre acheteur, cautionne son propre client. La banque étrangère ouvre à la vôtre un « crédit documentaire » payable sur ses caisses. Quand les fonds ont transité et que les documents sont en ordre, vous récupérez les sommes en question. Ses inconvénients ? Beaucoup de « paperasse » et un coût parfois élevé. « On l'utilise surtout dans des pays où la sortie de devises est limitée, comme l'Algérie », précise Eva Sebban. On peut opter pour une version allégée, que les entreprises sous-utilisent : **la lettre de crédit standby (LCSB)**, qui garantit un virement bancaire, en exigeant moins de documents.

Le SEPA, incontournable dans l'UE



À noter : l'espace unique de paiement en euros (connu sous son acronyme anglais : SEPA), qui concerne, depuis février 2014, quelque 34 États de l'espace européen. Il harmonise les procédures et les rend compatibles avec le futur standard mondial ISO 2002 XML. A la clé : une simplification du commerce international, qui vous rendra l'exportation plus aisée. « Il est devenu le mode de paiement privilégié dans l'UE », assure Eva Sebban.

Assurer son recouvrement



Pour les sommes importantes, prenez les devants, en appelant votre client quelques jours avant l'échéance, pour vous assurer - diplomatiquement - qu'il ne l'a pas oubliée. Et mettez en place des outils de suivi et de relance dès l'origine.

Établir un process interne anti-impayés

Impliquez toute l'entreprise dans votre stratégie anti-impayés, assignez des tâches précises, et **sachez bien qui fait quoi, au sein de la société, en matière de recouvrement**, conseille Eva Sebban. Le service financier donne l'encours, le service commercial exige et conserve tous les bons de commande, le service juridique « bétonne » les CGV, et la comptabilité client établit un process de relance cadencé dès la date d'échéance de la facture. Sans résultat à l'issue de ces démarches, n'hésitez pas à considérer le client comme un débiteur.

En cas d'impayés, réagissez aussi vite que possible



Commencez par envoyer une lettre de relance personnalisée, plus efficace qu'une lettre standard. Ne vous laissez pas oublier : emails, appels, fax... Essayez de déterminer la cause de l'impayé. Si vous acceptez un rééchelonnement des paiements, rédigez-le en détail, en double exemplaire, signé par les deux parties. Et confirmez-le par la suite.

En cas d'échec des relances

Une fois le processus interne de relance épuisé, il est temps de **recourir à un prestataire spécialisé**. « Il faut qu'il soit capable d'aller rendre visite au débiteur, reprend Eva Sebban. La proximité est essentielle. Elle permet notamment d'obtenir des renseignements fiables sur la solvabilité du débiteur, et l'opportunité de lancer une procédure : inutile d'engager des frais si le débiteur n'est pas en mesure de payer. De plus, le prestataire chargé du recouvrement connaît bien les systèmes judiciaires locaux, il pourra vous guider efficacement. »

Remettez-lui des copies de l'ensemble des pièces, échanges d'emails et dates des relances téléphoniques compris. L'idéal : négocier pour obtenir de ne payer l'intermédiaire que s'il obtient le règlement de la dette. Gardez en mémoire que, comme partout, « un bon arrangement vaut mieux qu'un mauvais procès ». L'aléa judiciaire est encore moins maîtrisable à l'international, privilégiez donc, autant que possible, les solutions amiables.

L'injonction de payer dans l'EU



Il existe une injonction de payer communautaire, (Règlement 1896/2006) en vigueur depuis 2008, elle uniformise les procédures locales.

Sur le site : http://ec.europa.eu/civiljustice/index_fr.htm, on trouve, outre le texte du règlement, les procédures et la description de l'organisation judiciaire de chacun des États-membres.

Tenir compte des différences culturelles



La connaissance des pratiques culturelles est primordiale, et ce dès le début de la relation commerciale. Il faut savoir prendre en compte les contextes et usages locaux, sans tomber dans les préjugés qui pourraient indisposer vos interlocuteurs... Et qui sont, de plus, rarement à l'avantage des Français.

Mondialisation versus culture locale

Évitez d'asséner des clichés, comme l'éternelle idée que les Japonais passent des heures à échanger leurs cartes de visite, bien tenues des deux mains, en s'inclinant, sourit Eva Sebban. La mondialisation tend à gommer les stéréotypes, et à unifier la plupart des usages et des comportements, mais il reste des spécificités locales. Ainsi, en Italie, il existe une culture du retard de paiement. Inutile de s'alarmer trop vite, donc. En revanche, en Allemagne, c'est le contraire ; tout impayé peut dès lors laisser soupçonner de réelles difficultés de trésorerie.

Les Français, beaux parleurs



À l'étranger, les Français sont perçus comme des gens sûrs d'eux, aimant s'écouter parler, reprend Eva Sebban. Dissipez d'entrée de jeu cet a priori ; la meilleure façon est d'en plaisanter, cela présente en plus l'avantage de fournir un premier sujet de conversation.

La valeur de l'écrit est variable

En Chine et dans certains pays moyen-orientaux, la parole est quasiment sacralisée. Dès lors, demander des écrits peut être interprété comme un signe de défiance, voire être considéré comme insultant. Désamorcez les tensions potentielles, en expliquant que les procédures internes à votre entreprise et au système de taxation vous imposent de produire des justificatifs écrits.

L'anglais, un faux amis



L'anglais s'est imposé depuis des décennies comme lingua franca dans les affaires. Il s'agit de l'anglais mondialisé - parfois appelé par dérision globish - et pas de l'anglais d'Oxford. Ce n'est pas votre langue maternelle, et c'est rarement celle de votre interlocuteur. Sachez donc simplifier votre discours pour éviter les malentendus. « Reformulez autant de fois que nécessaire, insiste Eva Sebban. Posez des questions pour vous assurer que votre interlocuteur vous a bien compris. Validez régulièrement les informations. »

Opter pour une solution globale de gestion du poste client



Les démarches vous paraissent insurmontables, ou vous n'avez pas le temps de les prendre en charge ? Vous pouvez vous reposer sur un prestataire spécialisé : l'assureur-crédit.

Un accompagnement à chaque étape

Outre son rôle de couverture de votre risque, ce prestataire vous accompagnera à chaque étape du cycle de vente, grâce à sa connaissance pointue des marchés locaux, des procédures en vigueur, et à ses réseaux sur place. Les offres d'assurance-crédit s'adaptent à vos besoins : une multinationale pourra couvrir l'ensemble de ses filiales, une TPE aura la possibilité de se lancer à l'export sans risquer sa santé financière, voire sa survie. Ajoutons que ces entreprises ont développé des offres en ligne qui permettent d'obtenir délais et devis rapidement.

Une aide précieuse



Pour vous prémunir à 100 % d'un impayé, l'accompagnement de votre assureur crédit vous sera précieux dans l'évaluation fine et régulière de la situation financière de votre client ou prospect, dans l'optimisation de vos démarches de recouvrement et dans la protection de votre trésorerie que vous offrira in fine l'indemnisation de votre assureur.

Les types de couverture

En matière d'assurance-crédit, l'assurance-crédit court terme est la formule la plus courante. Elle couvre le risque d'impayés pour l'ensemble de vos clients. L'assurance-crédit moyen et long terme s'applique quant à elle à des opérations spécifiques de vente de biens d'équipements et de services, qui présentent notamment un risque d'interruption du contrat. En apportant une garantie ferme sur toute la durée de l'opération, elle couvre les risques d'interruption et de non-paiement et permet d'être indemnisé en cas de sinistre. Ce type d'assurance-crédit peut également couvrir des investissements à l'étranger, tels que des usines ou d'entrepôts permettant de se protéger contre les risques de confiscation, d'expropriation, de nationalisation.

Assurance

Euler Hermes France
Succursale française d'Euler Hermes SA
RCS Nanterre B 799 339 312

Délivrance de garanties et surveillance de la situation financière des entreprises

Euler Hermes Crédit France
Société par actions simplifiée
au capital de 51 200 000 EUR
RCS Nanterre B 388 236 853
Société de financement soumise au CoMoFi

Recouvrement

Euler Hermes Recouvrement France
Société par actions simplifiée
au capital de 800 000 EUR
RCS Nanterre B 388 237 026

Euler Hermes France / Euler Hermes Crédit France / Euler Hermes Recouvrement France
Adresse postale : 1, place des Saisons - 92048 Paris La Défense Cedex - Tél. + 33 1 84 11 50 50 - www.eulerhermes.fr

Euler Hermes SA
Entreprise d'assurance belge agréée sous le code 418
Siège social : avenue des Arts 56 - 1000 Bruxelles, Belgique - Immatriculée au RPM Bruxelles sous le n° 0403 248 596

Plus d'informations ?

Contactez-nous au : **01 84 11 50 54**
ou consultez notre site : **www.eulerhermes.fr**

Crédit photos : ©Tinkstock - aressy.com - 01/17 - 10566



Avec Ecofolio
tous les papiers
se recyclent.

