

GUIDE EX PORT

2023



VIGNOBLES
DE LA VALLÉE
DU RHÔNE

INTER RHÔNE



SOM MAIRE



POURQUOI EXPORTER ?

- Élaborer son diagnostic export | p.3
- Bâtir sa stratégie | p.4
- Se former | p.4



OÙ EXPORTER ?

- S'informer sur les marchés | p.5
- Prospecter :
construire et animer son réseau | p.6



COMMENT EXPORTER ?

- Investir dans sa démarche | p.7
- V.I.E | p.8
- Sécuriser son offre | p.9
- Construire son offre commerciale | p.11
- Simulation de la construction
du prix de vente | p.12
- La boîte à outils Team France Export | p.14
- Réussir sa vente et son expédition | p.15
- Les Incoterms | p.17



LEXIQUE À L'INTERNATIONAL



CONTACTS UTILES

01

POURQUOI
EXPORTER ?



● ÉVALUER SA CAPACITÉ À EXPORTER

Le **premier pas vers l'export** résulte parfois d'une opportunité : demande de tarif d'un prospect étranger, mise en relation par un client... Ce premier pas est souvent l'élément déclencheur pour un développement international. Afin d'optimiser son projet et de développer un véritable 'esprit export' dans l'entreprise, il est nécessaire d'évaluer sa capacité de mener à bien l'ensemble des démarches d'organisation, financières, administratives et commerciales.

● ÉLABORER SON DIAGNOSTIC EXPORT

MES RESSOURCES

- **Production** :

Mes volumes sont-ils suffisants pour la taille du marché et/ou faire face à de nouvelles commandes ?

- **Ressources humaines** :

Avons-nous (mes équipes et moi) le temps nécessaire pour la prospection export, la logistique, le relais commercial... ?

- **Financement** :

Quelle est ma capacité financière d'investissement supplémentaire (commercial, marketing...) dans ce projet 'Export' ? Ai-je la capacité financière d'attendre le retour sur investissements ?

MON PRODUIT

- Ma gamme de vins est-elle cohérente ?

Quels en sont les atouts et les spécificités ?

- Mes tarifs sont-ils adaptés à mes coûts de production et de commercialisation ?

- Mes tarifs sont-ils adaptés aux marchés visés et au positionnement de mon AOC ?

MES CONNAISSANCES

- Connaissance de la réglementation douanière

- Connaissance des démarches administratives export

- Connaissance des Incoterms

- Connaissance des impératifs logistiques

- Qui sont les soutiens et accompagnements nécessaires à



Quels sont les bons indicateurs pour évaluer mon potentiel export ?

● BÂTIR SA STRATÉGIE OU PLAN D'EXPORTATION

FORCES / FAIBLESSES

- **Identifier ses forces et faiblesses** grâce au diagnostic export
- **Fixer les axes d'amélioration** et y remédier avant de se lancer à l'export (formation, accompagnement, ...)
- **Identifier les ressources nécessaires** (impact sur les finances, productivité etc..) et les marchés cibles (réglementation, coûts d'expédition, contexte économique et culturel etc..)

OBJECTIFS

Se fixer des objectifs à court / moyen et long terme : volume exporté / nombre de marchés touchés / développement de la structure

PLAN D' ACTIONS

- **Etablir un budget** : identifier les coûts (brochures, prospection, adaptation produit, expédition ...)
- **Plannifier** : Qui fait quoi ? À quelle échéance ? (salon, évènement, etc...)
- **Adapter son produit** au marché cible (étiquette, conditionnement, prix ...)
- **Identifier ses interlocuteurs** (agent, distributeur)

● SE FORMER : DE QUELLES COMPÉTENCES AI-JE BESOIN ?

FORMATION SUR LES DÉMARCHES EXPORT

Réglementation et taxes, incoterms, formalités douanières, logistique, prospection à l'export, protection des marques et sites web, sécurisation des paiements.

FORMATION SUR LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING À L'EXPORT

Construction d'un tarif export adapté, profil produit, prospection export (comment ? avec qui ?), entretien et dynamisation d'un marché export, organisation de l'entreprise pour se développer à l'export, présentation des principaux marchés et opportunités, financements.

FORMATION À L'ANGLAIS COMMERCIAL

Il est impératif de parler au moins anglais pour se développer à l'export.



C'est décidé, vous vous lancez à l'international ?

Posez vous les bonnes questions et bâtissez votre plan d'exportation

IMPORTANT

Les formations peuvent être financées pour tout ou partie par des fonds de formations (FAFSEA...)



CONTACTS

Université de Suze la Rousse,
CCI international,
Club WTC export APEX,
consultants privés.

02 OÙ EXPORTER ?

Les marchés qui semblent les plus abordables à l'export sont souvent des pays proches géographiquement et culturellement (Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Angleterre...). Un état des lieux économique permet de s'orienter également vers des marchés qualifiés de grand export (Chine, USA, Canada, Japon).



● S'INFORMER SUR LES MARCHÉS

D'UN POINT DE VUE ÉCONOMIQUE

Dresser un état des lieux du marché du vin sur les différentes destinations Export.

• **Importance du marché :**

Que représentent les importations de vins de ma région/de mon appellation sur le marché visé ?

• **Distribution :** Quels sont les circuits de distribution du vin sur ce marché ? Ce marché fonctionne-t-il par monopole ?

• **Consommation :** Quelles sont les motivations d'achat ? les habitudes de consommation ?

• **Positionnement :** Comment se positionnent les vins de mon AOC/région en termes de prix ? Par rapport à la concurrence ?

D'UN POINT DE VUE RÉGLEMENTAIRE

S'assurer des conditions d'accès aux marchés

• Quelles sont les **obligations administratives** pour pouvoir commercialiser sur ce marché ?

• Quels sont les **droits de douane et taxes** ?

• Quelles sont les **obligations d'étiquetage** sur ce marché ?

• Quels sont les **risques à commercialiser** sur ce marché ?

• Quelle est le **niveau de reconnaissance des AOC**, marques et site web sur ce marché ?

• Comment s'assurer de la **fiabilité des intermédiaires / acheteurs** ?



CONTACTS

ECONOMIE

Interprofession Inter Rhône
Service économique,
CCI International,
Business France,
cabinets d'études privés

RÈGLEMENTATION

Service juridique du Syndicat
Général des CDR,
FEVS/UMVR,
CCI International,
Douanes, Coface



LES SALONS

souvent couteux, ils nécessitent d'être déjà un peu présent sur le marché pour être rentables.

Ils se préparent longtemps à l'avance, doivent être animés pendant la manifestation et suivis d'actions.



CONTACTS

Interprofession Inter Rhône - Services Marketing & Salons, Agences de communication, CCI International, Business France - TeamFrance Export / Sud de France / Sopexa

● PROSPECTER : CONSTRUIRE ET ANIMER SON RÉSEAU

Générer de nouveaux contacts ne constitue que la première étape de la prospection. Les échanges s'inscrivant dans la durée, les notions de réactivité et de confiance sont primordiales.

La prospection peut se dérouler en plusieurs phases, mais toutes ont un objectif commun : entretenir le réseau nouvellement constitué.

PROSPECTION COLLECTIVE

- Salons professionnels
- Mini expositions
- Rencontres d'acheteurs

PROSPECTION INDIVIDUELLE

- Listings importateurs
- Rendez-vous B to B
- Tournées dans le pays
- Appels d'offre, référencements, recherches de vins d'importateurs, d'acheteurs, de monopoles

● ANIMER SON RÉSEAU

• Plan de communication :

Définir son identité, son message, sa cible

• Supports de communication :

Sites internet, réseaux sociaux, brochures, liste des prix (a minima en anglais)

• Dynamiser ses marchés :

- Prévoir des promotions, opérations spéciales avec son agent/importateur (à intégrer dès le départ dans le prix de vente)
- Rester en contact régulier avec ses intermédiaires
- Se déplacer sur le marché au moins une fois par an

• Participer aux actions collectives :

- Salons
- Voyages de presse
- Supports de communication institutionnelle

03

COMMENT EXPORTER ?

Des aides et financements existent pour soutenir l'investissement des entreprises qui se lancent à l'export. Cependant, la stratégie export ne sera pérenne que si elle est rentable, que les revenus sont sécurisés et que tous les coûts liés à l'export sont bien intégrés dans le prix de vente du vin.





LE DISPOSITIF V.I.E. EN QUELQUES CHIFFRES

- **VIVIER ACTIF DE + DE 40 000 CANDIDATS AU VOLONTARIAT INTERNATIONAL**
- **75% DES UTILISATEURS DU V.I.E POURSUIVANT DES OBJECTIFS COMMERCIAUX ONT BÉNÉFICIÉ DE NOUVEAUX COURANTS D'AFFAIRES À L'EXPORT**
(Source : IPSOS, 2018)
- **+ DE 10 300 V.I.E EN POSTE ACTUELLEMENT DANS LE MONDE**
- **95% D'UTILISATEURS SATISFAITS**
(Source : IPSOS, 2018)

● INVESTIR DANS SA DÉMARCHE : UN INVESTISSEMENT HUMAIN ET FINANCIER

TROUVER DES FINANCEMENTS

- **Financer l'investissement de départ** : rechercher des aides, crédits, subventions
- **S'autofinancer** : intégrer dans sa tarification le coût de la démarche export

Prix = coût de revient + marge bénéficiaire + coûts liés au développement export + marge de négociation

- **Sécuriser ses paiements** : trouver une assurance-crédit, quels modes de règlement, se renseigner sur son acheteur et obtenir des garanties, repérer les escroqueries.

RENFORCER SON EQUIPE

- **VIE** (Volontaire International à l'étranger), pour asseoir sa présence à l'étranger
- **Responsable commercial export / Agent commercial** pour l'animation du réseau, la promotion des ventes
- **Administrateur des ventes** à l'export pour le suivi des commandes.

● LE DISPOSITIF V.I.E VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE

La solution RH de développement à l'international qui permet aux entreprises de droit français de confier une mission professionnelle à l'étranger à une personne âgée de 18 à 28 ans.

LES CANDIDATS / TALENTS

De jeunes professionnels motivés par l'international ; tous niveaux de formation : jeunes diplômés et/ou avec expérience professionnelle ; tous profils : ingénieurs, commerciaux, techniciens, financiers, informaticiens, etc.

LES MISSIONS

Elles durent de 6 à 24 mois et s'adaptent à vos besoins : prospection commerciale, animation de réseaux, renforcement ou formation d'équipes locales, accompagnement d'un contrat ou d'un chantier, contrôle qualité, etc.



CONTACTS

FINANCEMENTS

CER, BPI, Coface, Régions, Banques, Aides européennes

RECRUTEMENT

Régions, IMED, CCI International, Team France Export

V.I.E.

Business France, Team France Export

● SÉCURISER SON OFFRE

PROTÉGER SON IDENTITÉ

• Déposer pour protéger :

Le nom de l'exploitation, le nom de la cuvée, l'étiquette, le logo, etc. sont autant de signes qui peuvent être déposés à titre de marque. Il conviendra de déposer ceux qui constituent l'identité propre du produit.

• **En France** : déposer sa marque au niveau national est souvent une étape préalable. La protection est valable 10 ans et peut être renouvelée indéfiniment. Le renouvellement est nécessaire tant que la marque est utilisée, à défaut son titulaire perd tout droit sur le signe déposé.

• **Dans l'Union Européenne** : la demande d'enregistrement doit être déposée auprès de l'Office Européen pour la Propriété Intellectuelle (EUIPO) et vise l'ensemble des pays membres de l'UE y compris la France.

• **Dans les pays tiers** : la demande de marque internationale est quant à elle déposée auprès de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). Le déposant doit au préalable détenir une marque française ou européenne. Lors du dépôt le demandeur devra viser les pays dans lequel il souhaite protéger sa marque et s'acquitter des taxes correspondantes. Un dépôt peut également être fait directement dans le pays sans passer par la marque internationale.

• Surveiller pour défendre :

Le dépôt est une étape cruciale dans la protection de la marque mais il ne suffit pas, encore faut-il défendre la marque contre des dépôts et/ou des usages identiques ou similaires. Afin de réagir en temps utile, il est primordial de faire surveiller sa marque pour pouvoir s'opposer aux dépôts postérieurs identiques ou similaires.

PROTÉGER SON PRODUIT

Des outils technologiques attestent aujourd'hui de l'authenticité d'un produit et permettent d'éviter les contrefaçons. Le Syndicat des Côtes du Rhône a développé un tel outil sous la forme d'un sticker apposé sur la bouteille appelé « timbre de garantie ».

LE TIMBRE DE GARANTIE

Un outil d'authentification et de communication ultra-performant : associé à un QR code, **ce timbre infalsifiable** disposant de quatre niveaux de sécurité permet de garantir l'authenticité du vin. En scannant le timbre, le consommateur pourra vérifier ladite **authenticité** et obtenir de **nombreuses informations** sur le produit (fiche produit, site internet du vendeur, etc).



Quelle protection pour ma marque, mon site web, ma cuvée ?



LE TIMBRE DE GARANTIE

Un outil d'authentification et de communication ultra-performant



11



CONTACTS

FRANCE : INPI, Syndicat général des Côtes du Rhône, ODG

A L'ÉTRANGER : EUIPO (l'Office Européen pour la Propriété Intellectuelle), OMPI (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle).

TIMBRE DE GARANTIE

Syndicat général des Côtes du Rhône, ODG, DIRRECTE, juristes

● SÉCURISER LA TRANSACTION

CONTRACTUALISER POUR ENCADRER

• Contrat et CGV

Il est indispensable d'encadrer la relation contractuelle par un **contrat ou à défaut des conditions générales de vente (CGV) signées par l'acheteur.**

Le contrat ou les CGV devront prévoir la loi applicable, l'incoterm, les obligations de chaque partie, la durée du contrat, les conditions de résiliation du contrat, la non-conformité et le partage des responsabilités, la propriété intellectuelle, etc.

La désignation de la loi applicable est capitale dans un contrat export.

Elle constitue le cadre légal de la relation auquel les parties et, le cas échéant, le juge, devront se référer en cas de conflit.

• Incoterm

Le choix de l'incoterm est également déterminant. L'incoterm EXWORK est majoritairement utilisé par les vigneron. Il a l'avantage de laisser à la charge de l'acheteur l'ensemble des formalités de transport, d'assurance et de formalités douanières. Il est néanmoins déconseillé car il comporte des risques non négligeables pour le vendeur.

L'inconvénient majeur réside dans le fait que le vendeur n'a aucun contrôle sur sa marchandise une fois qu'elle a quitté ses entrepôts. Il ne peut donc pas en assurer la traçabilité. Or, lors d'une vente à l'export, les marchandises vendues sont exonérées de TVA. En cas de contrôle de l'administration fiscale, le vendeur se verra demander de justifier de l'exportation des produits. Hélas, n'étant pas en charge des formalités d'exportation il ne pourra pas prouver que ses marchandises ont quitté la France.

Il est donc préférable de privilégier un incoterm similaire mais qui ne présente pas cet inconvénient : FCA.

Cet incoterm prévoit que le vendeur est en charge du chargement et des formalités d'exportation (en l'occurrence le dédouanement des marchandises via le DAU) qui permet d'avoir une preuve de l'exportation des produits.

S'ASSURER D'ÊTRE PAYÉ

• Modes de paiement

Il existe plusieurs modes de paiement dont certains sont plus sécurisés que d'autres. Le choix du mode de paiement est donc important. Il est recommandé de se rapprocher de sa banque pour bien choisir son système de paiement.

• Assurance-crédit

Pour être sûr d'être payé rien ne vaut l'assurance-crédit. Elle a vocation à couvrir les impayés en France comme à l'export.



Comment protéger les échanges financiers ?



CONTACTS

Syndicat général
des Côtes du Rhône, BPI.

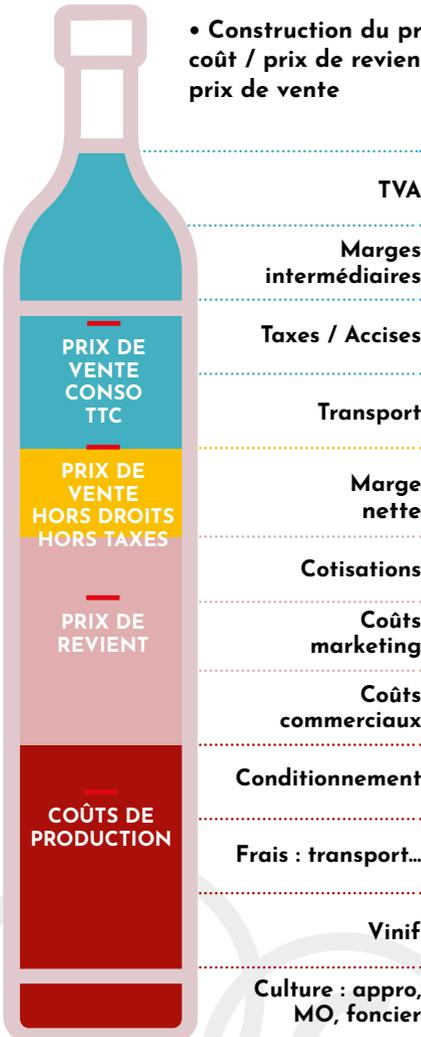
Ce type d'assurance présente un triple avantage :

- Elle prévient les risques en surveillant les clients des entreprises ;
- Elle se charge du recouvrement des sommes impayées ou du suivi des procédures collectives pour le compte de l'assuré ;
- Elle indemnise l'assuré en cas d'impayé.

Le Syndicat des Côtes du Rhône a mis en place un contrat collectif permettant l'accès pour ses adhérents à un contrat compétitif à des tarifs négociés.



● **CONSTRUIRE SON OFFRE COMMERCIALE**



• Positionnement de l'entreprise et du produit

Volonté de vendre en entrée / milieu / haut de gamme ? Cohérence de l'entreprise (image, volumes...) et du produit (qualité, étiquette, prix...) avec la gamme visée ?



Adopter le **bon positionnement** et **vérifier la rentabilité** de vos exportations.

Le positionnement prix du produit sur le marché dépendra non seulement de son coût de production, mais également des frais de transport, de douanes et des marges des importateurs / distributeurs.



● SIMULATION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX DE VENTE CONSOMMATEUR

EXEMPLES DE PRIX TTC
POUR UN PRIX DÉPART
CAVE DE 1€, 2€, 5€
VINS TRANQUILLES -
EUROPALETTE - 600 BT

COMMENT EXPORTER ?

14



ALLEMAGNE



BELGIQUE



CANADA
EX : QUÉBEC



CHINE



DANEMARK



JAPON



ROYAUME-UNI



SUÈDE



SUISSE



USA :
NEW-YORK

Prix départ (en € HT)	Coût de transport moyen (en €/col, coût CIF)	Droits de douanes	Droits d'accises
1 €	0,47 €	0 €	0 €
1 €	0,31 €	0 €	0,56 + 0,13 (taxe emballage, via pass) 74,9€/hl (Tranquille) et 256,3€/hl (effervescent) + taxe emballage 9,86€/hl+ Ecotaxe 0,06€/bt
1 €	1,3 € ou 1,97 CAD	0 € Accord CETA	0,36€ (ou 0,52 CAD) Droits d'accises de 0,688 CAD/L + taxe spécifique Québec de 1,05 CAD/ col sur prix margé
1 €	0,87€ ou 6,35 CNY	1,91 CNY ou 0,26€ Moins de 2 L : 14%	0,21€ ou 1,55 CNY Consumer Tax : 10%
1 €	0,6€ ou 4,09 DKK	0 €	1,25€ ou 9,29 DKK tranq: 6-15° : 1,51€/l + Taxe sur les bt neuves : 0,84DKK/bt
1 €	0,91 €	0 € Accord de libre échange	0,48 € Liquor Tax 90 JPY / litre (100 JPY / litre à partir du 01/10/2023)
1 €	0,79 €	0 €	2,52 € Tranquille : (Entre 5,5 et 15% alc.) £297,57/hl
1 €	0,63 €	0 €	Accise 1,93€ + taxe emballage 0,44€ 2,53€/l
1 €	0,64 €	0,63 € TRANQUILLE : 0,34 CHF / kg (1,2kg/ bt75cl) + 10% de taxe additionnelle EFFERVESCENT 0,91 CHF/kg (1,2kg/bt 75cl) pas de taxe add.	0 €
1 €	1,22 €	0,05 € Taxe de port : HMF 0,125% et MPF 0,3464% Ad Valorem limité à 575 USD + 6,3 cents / litre (bouteilles)	0,01 € Accise NY 0,30 USD / gallon + Droits d'accises fédéraux : 0,07 USD / Gallon

* MONTANTS DES DROITS DE DOUANES, DROITS D'ACCISES, TVA.ETC. EN VIGUEUR AU 02/01/2023
 CES PRIX SONT DONNÉS À TITRE INDICATIF : ILS PEUVENT VARIER EN FONCTION DE L'ÉVOLUTION
 DU TAUX DE CHANGE, DE LA MARGE DES DIFFÉRENTS INTERMÉDIAIRES ET DES DIFFÉRENTES TAXES.

Marge importateur (selon positionnement produit - Entrée / milieu / haut de gamme)	Marge distributeur (selon positionnement produit - Entrée / milieu / haut de gamme)	TVA	Prix final Monnaie locale	Prix final TTC* en équiv. Euro pour un prix départ de 1€/bout	Prix final TTC* en équiv. Euro pour un prix départ de 2€/bout	Prix final TTC* en équiv. Euro pour un prix départ de 5€/bout
0,29 € 20% si prix départ <1,35€ 30% si <3€ 40% si <3,8€ 45% si <8,7€ 50% sinon		0,34 € 19%	1,85 €	2,10 €	3,82 €	9,44 €
0,60 € 30% si prix départ <2€ 40% si <7€ 50% sinon		0,55 € 21%	2,46 €	3,15 €	5,09 €	10,17 €
5,75 CAD ou 3,99€ 150% si prix départ <2,3€ 120% si <4,8€ 110% sinon		0,99€ ou 1,43 CAD 14,98%	6,3 CAD	8,37 €	11,24 €	16,80 €
Marges opérateurs : 2,81€ ou 20,52 CNY Si prix départ <1,38 : marges de 120% si [1,38 ; 3,46] : 160% si > 3,46 : 240%		0,67 € 13%	30,2 CNY	5,81 €	10,55 €	28,58 €
Importateur + Détaillant 20% si inférieur à 3,97 30% si inférieur à 9,69 et 40% sinon // Ex 1€ départ : 0,64€ ou 4,73 DKK		0,85 € 25%	29,2 DKK	4,27 €	5,77€	11,13 €
2,3€ (ou 323,21 JPY) 96% sur le prix avant marges		0,47 € 10%	473,0 JPY	5,16 €	7,31 €	13,78 €
Importateur + Distributeur 30% si inférieur à 1,95 40% si inférieur à 4,56 et 50% sinon // Ex 1€ départ : 1,30€ ou 1,15 GBP		1,12 € 20%	5,3 GBP	6,72 €	8,92 €	14,95 €
0,60 € 15%	0,68 € 17%	1,33 € 25%	56,3 SEK	6,66 €	8,34 €	13,38 €
0,81 € Importateur + Distributeur 35 %		0,24 € 7,7%	2,5 CHF	3,36 €	4,81 €	9,17 €
2,53€ 108% si prix départ <3€ 128% si prix départ [3 ; 7 [155% si prix départ ≥ 7€		0,42 € 8,48%	3,7 USD	5,31 €	7,58 €	15,76 €

● EXEMPLE DE DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT À L'EXPORT

WWW.TEAMFRANCE-EXPORT.FR

LE CONCENTRÉ DES SOLUTIONS EXPORT



CONNAÎTRE
TOUTE L'OFFRE
DE SOLUTIONS
D'ACCOMPAGNEMENT
EXPORT DES DIFFÉ-
RENTS MEMBRES
ET PARTENAIRES
DE LA TEAM FRANCE
EXPORT, À CHAQUE
ÉTAPE DE VOTRE
PROJET.

La Team France Export, c'est le rassemblement de toutes les solutions publiques proposées par les Régions, les services de l'État, Business France, les Chambres de Commerce et d'Industrie et Bpifrance pour faire gagner les entreprises françaises à l'international.

• S'informer sur un marché

Trouvez dans la rubrique « Premiers conseils » la cartographie des pays prioritaires, challengers et à intérêt pour le secteur des Vins et Spiritueux.

• S'informer et se former sur les techniques du commerce international

Formez-vous avec les tutoriels de l'export, adaptés à chaque étape de votre projet.

• Suivre l'actualité des marchés

Pour la relance, pensez export !

Accédez à l'Info Live Marchés :

- consultez la **carte interactive** et les indicateurs de l'impact sur l'économie par pays : « Vos marchés export face à la crise : nos réponses en live » ;
- découvrez les webinaires par secteur et par pays, en live ou en replay.

• Rencontrer des acheteurs étrangers

- Consultez les « **Opportunités business** » : des demandes de sourcing d'acheteurs étrangers, mises en ligne régulièrement.
- Participez aux dégustations professionnelles Tastin'France et aux Pavillons France sur des salons internationaux.

• Financer son projet international

Identifiez les **sources d'aides et de financements** auxquels recourir pour concrétiser votre projet à chaque étape de votre développement.

• S'informer sur 30 marchés des vins et spiritueux

Mini-site www.export-vins-spiritueux.fr

• Pour aller plus loin

prendre contact avec votre Conseiller International Team France Export référent (cf. annuaire en dernière page).

● RÉUSSIR SA VENTE ET SON EXPÉDITION

COMMENT REMPLIR LES DOCUMENTS DOUANIERS ? QUELLES UNITÉS UTILISER ?

DEB, DAE, DAU... compléter les différents documents douaniers n'est pas toujours simple.

• Quelques liens utiles :

Retrouver la nomenclature douanière 2023 pour les AOC de la Vallée du Rhône sur votre espace Adhérent :

www.vins-rhone.com

Pour connaître le taux de droits de Douane dans le pays de destination, consulter le site de l'Union Européenne www.europa.eu :

trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home

La liste des accords de libre échanges est consultable sur le site de la Douane : www.douane.gouv.fr/demarche/consulter-la-liste-des-accords-et-unions-douanieres-en-vigueur-et-en-negociation

Taux d'accises européens et taux de TVA :

www.wine-searcher.com/eu-wine-taxes

USA - taxes des ventes par Etats :

www.wine-searcher.com/usa-wine-taxes

Il est également un point sur lequel nous souhaitons attirer votre attention dans un **but d'harmonisation des données** : le choix des unités.



Quels sont les documents nécessaires, du pays de départ à celui d'arrivée ?

ASTUCE

Privilégier la nomenclature à 12 chiffres et harmoniser les unités entre tous les déclarants en Douane, sont essentiels pour pouvoir utiliser les données compilées à des fins statistiques pour vos appellations.

MASSE NETTE

en kg, sans décimale, de la marchandise dépouillée de tous ses emballages

UNITÉ SUPPLÉMENTAIRE

USUP : toujours en hl

RÉFÉRENCE PRODUIT (FACULTATIF)

NOMENCLATURE

UNITÉS SUPPLÉMENTAIRES

MASSE NETTE

VALEUR FISCALE

PAYS DE PROVENANCE / DESTINATION

NUMÉRO DE TVA ET L'ACQUÉREUR C.E.

NATURE DE LA TRANSACTION

DÉPARTEMENT D'ARRIVÉE / D'EXPÉDITION

MODE DE TRANSPORT

RECHERCHE NOMENCLATURE

MES PRODUITS

KG

€

CONVERSION



MES PARTENAIRES



NOMENCLATURE

17C CODE NC



→ CODE NC : 8 chiffres

CODE VINICOLE INTERPROFESSIONNEL



→ CODE VINICOLE :
1 chiffre + 3 chiffres



● RÉUSSIR SA VENTE ET SON EXPEDITION

IDENTIFIER ET RESPECTER LES OBLIGATIONS REGLEMENTAIRES

• Distinguer les documents douaniers français

- **DEB** : Déclaration d'Echanges de Biens (mensuelle, pour la zone UE)
- **DAE** : Document Administratif Electronique (couvre le transport des marchandises pour l'UE et jusqu'au point de sortie du territoire)
- **DAU** : Document administratif unique (souvent géré par le transitaire) Le formulaire a été conçu pour être utilisé de façon complète, c'est-à-dire pour des formalités d'exportation (ou d'expédition) de transit communautaire et d'importation (ou d'introduction) dans le pays de destination.
- **DSA** : Le document simplifié d'accompagnement (DSA) est réservé aux boissons alcoolisées dont les droits d'accise ont déjà été payés.

• Identifier la réglementation et les documents commerciaux

- Certificats de conformité et d'analyse selon le marché
- Certificats d'origine selon le marché
- Facture Pro-Forma et facture définitive
- Liste de colisage
- Etiquetage : mentions obligatoires, contre-étiquettes, timbres fiscaux...

ORGANISER SON EXPEDITION

- Choix du mode de transport et du transporteur
- Gestion des risques du transport
- Emballage et marquage des expéditions



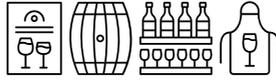
CONTACTS

CCI International, Team
France Export, Chambres
de commerce, Douanes,
ODG, UMRV, Hillebrand

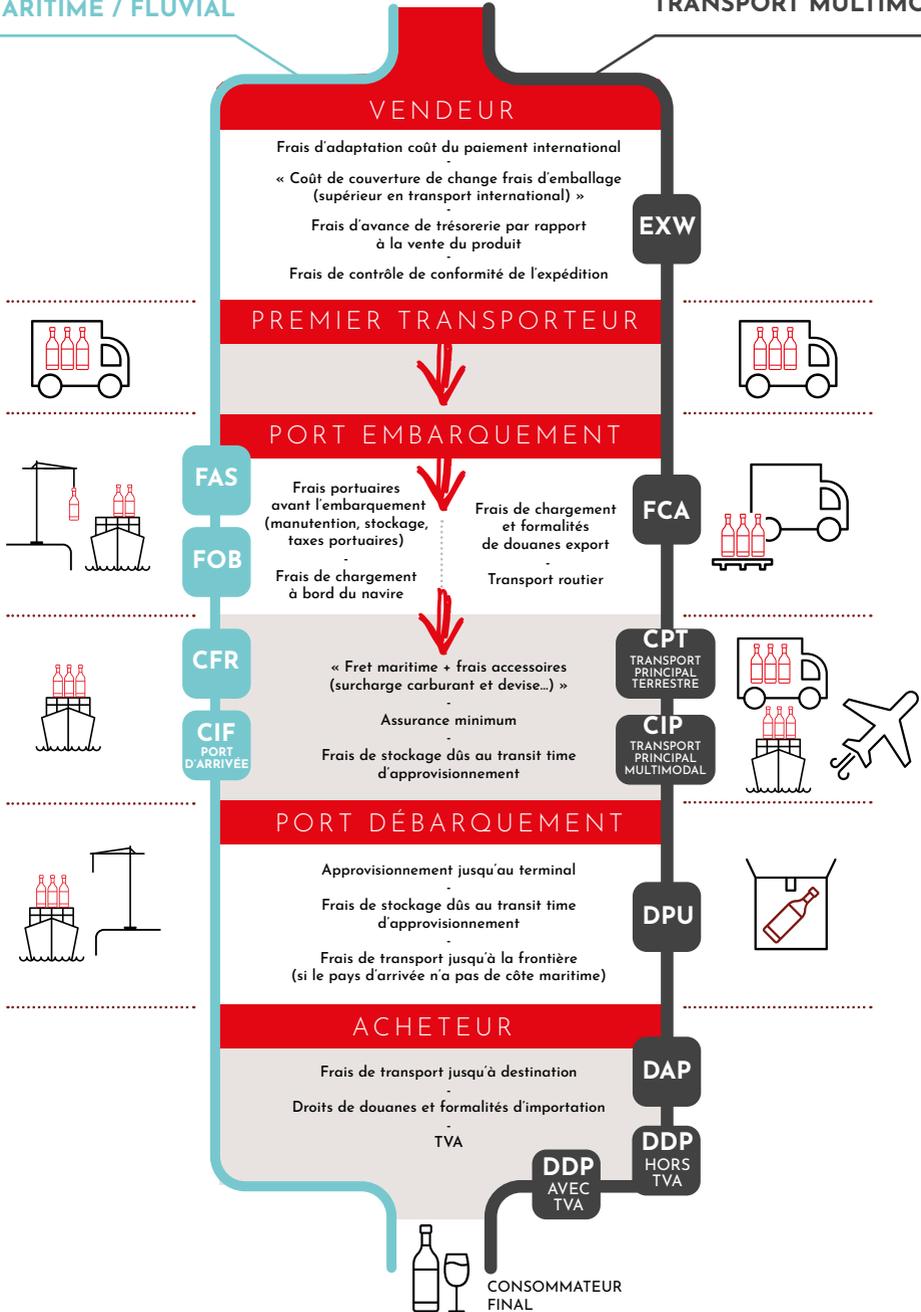


LES INCOTERMS

INCOTERMS TRANSPORT MARITIME / FLUVIAL



INCOTERMS TRANSPORT MULTIMODAL



04 LEXIQUE À L'INTERNATIONAL

- **CERTIFICAT D'ORIGINE / CERTIFICATE OF ORIGINE**

Atteste de l'origine de la marchandise.

- **CERTIFICAT SANITAIRE / SANITARY CERTIFICATE**

Atteste de la conformité des produits agroalimentaires expédiés à la réglementation du pays importateur.

- **COMMISSIONNAIRE EN DOUANE / CUSTOMS AGENT**

Prestataire de service à qui l'exportateur confie l'ensemble des opérations de dédouanement et de transport des marchandises. Il a une obligation de résultat.

- **CRÉDIT D'IMPÔT EXPORT / EXPORT TAX CREDIT**

Réduction d'impôt accordée à l'exportateur français, dans le cadre de ses dépenses de prospection et de promotion export, dès l'instant où il crée un emploi dédié à l'export.

- **CRÉDIT DOCUMENTAIRE / DOCUMENTARY CREDIT**

Paiement international où la banque de l'acheteur est engagée à payer la banque du vendeur contre la remise des documents commerciaux. Il existe plusieurs types de crédits documentaires. Le plus sécurisé est le crédit documentaire irrévocable et confirmé.

- **DÉCLARATION D'ÉCHANGE DE BIENS (DEB) /
DECLARATIONS OF EXCHANGE OF GOODS**

Déclaration mensuelle faite par les exportateurs qui réalisent des opérations intracommunautaires.

- **DÉCLARATION D'EXPORTATION / EXPORT DECLARATION**

Déclaration de douane réalisée pour tout envoi de marchandises en dehors du territoire douanier européen. Elle est souvent réalisée par le transitaire/transporteur.

• DROITS DE DOUANE / CUSTOMS DUTIES

Ensemble des taxes douanières qui touchent les marchandises à leur entrée dans un pays étranger (hors Union Européenne). Les droits peuvent être « ad valorem » (pourcentage calculé sur la valeur de la marchandise) ou appliqués selon le poids, le volume, le nombre.

• EORI / ECONOMIC OPERATOR REGISTRATION AND IDENTIFICATION.

En France, le numéro EORI est essentiellement utilisé dans les téléprocédures liées au dédouanement des marchandises. L'immatriculation EORI est obligatoire avant toute opération douanière dans un État membre. Pour faire une demande de N° EORI, remplir une demande d'immatriculation spécifique (document CERFA 13930*01, accessible sur le portail ministériel).

• EXPÉDITION / EXPORTATION

L'expédition fait référence à des échanges de biens au sein de l'Union Européenne, alors que l'exportation se fait vers un pays tiers. Réciproquement on parlera d'introduction (UE) ou d'importation (pays tiers).

• FACTURE COMMERCIALE PRO-FORMA / COMMERCIAL INVOICE PRO-FORMA

Comprenant un certain nombre de mentions obligatoires (marchandise, livraison, prix, paiement), elle matérialise l'offre commerciale de l'exportateur.

• FACTURE COMMERCIALE EXPORT / COMMERCIAL INVOICE

Document de référence pour toute la durée de la chaîne logistique Export, elle matérialise l'accord conclu entre le vendeur et l'acheteur.

• INCOTERMS / INCOTERMS

Contraction de «International Commercial Terms» ou « conditions commerciales internationales » : ils définissent les obligations du vendeur et de l'acheteur dans les différentes étapes de la chaîne de transport à l'international.

• LETTRE DE CRÉDIT / STAND BY LETTER OF CREDIT

Instrument de paiement assimilé à une garantie bancaire ; en cas de défaillance du client, l'exportateur obtient paiement des marchandises uniquement sur présentation de la lettre de crédit stand by à la banque.

• LISTE DE COLISAGE / PACKING LIST

Document indispensable pour le transport reprenant tous les détails physiques de l'expédition. Elle sert à vérifier lors du passage en douane la conformité entre la marchandise expédiée et la facture.

• IMPORTATEUR/DISTRIBUTEUR / DISTRIBUTOR

Il achète votre marchandise et la revend pour son propre compte sur le marché étranger. Ce professionnel gère lui-même les relations avec ses clients, sans vous rendre compte. Il assure souvent un stockage voire un SAV sur les produits vendus.

• **PAYS TIERS** : Pays situés en dehors de l'Union européenne (ex : la Suisse...)

• **PROSPECT / PROSPECT** : Client potentiel.

• REMISE DOCUMENTAIRE / DOCUMENTARY REMITTANCE

Technique de paiement en commerce international permettant à l'exportateur de recueillir par l'intermédiaire de sa banque le règlement de l'acheteur contre la remise des documents commerciaux et un ordre d'encaissement.

• TRANSITAIRE

Prestataire de service à qui l'exportateur confie l'ensemble des opérations de dédouanement et de transport des marchandises. Il a une obligation de moyen.

• VIREMENT SWIFT

Transaction financière rapide et sécurisée entre les banques du réseau international.

CONTACTS UTILES

• CHAMBRE D'AGRICULTURE

Vaucluse 04 90 23 65 65

Gard 04 66 04 50 60

Drôme 04 75 82 40 00

Ardèche 04 75 20 28 00

Rhône 04 78 19 61 10

• ADMINISTRATION

- INFOS DOUANE SERVICE : 0811 20 44 44

www.douane.gouv.fr/professionnels/viticulture

- DREETS

Sud PACA 04 86 67 32 00

Occitanie 04 66 38 55 55 (Gard)

Auvergne Rhône Alpes 04 72 65 57 94

• FORMATION

UNIVERSITÉ DU VIN DE SUZE LA ROUSSE

Directrice : Géraldine Gossot

contact@universite-du-vin.com | 04 75 97 21 30

• INFORMATIONS ET CONSEILS JURIDIQUES

- SYNDICAT GÉNÉRAL DES CDR

Service juridique : Léa Tixier

04 90 27 24 62 | ltixier@syndicat-cotesdurdhone.com

- UMVR

Aurore Lemberet

alemberet@umvr.fr | 04 90 27 24 80

• COÛTS DE PRODUCTION ET PRIX DE REVIENT

- AGENCES CER FRANCE :

Gard 04 66 54 33 10

Drôme Vaucluse 04 75 78 11 11

Ardèche 04 75 20 29 50

Rhône 04 78 19 60 00

• PROSPECTION, RÉGLEMENTATION ET ACCOMPAGNEMENT

- CCI INTERNATIONAL

www.cci-france-international.org

Sud PACA - Team Sud Export

Hotline 0810 19 20 21 | contact@guichetexportpaca.com

- TEAM FRANCE EXPORT

CONSEILLERS INTERNATIONAUX AGROTECH

Gard : Franck Pardessus

fpardessus@occitanie.cci.fr

04 67 80 98 59 / 06 13 24 06 38

Rhône et Loire : Fabienne Thierry-Duvillard

f.thierry@lyon-metropole.cci.fr

04 72 40 58 13 / 06 10 98 48 03

Ardèche, Drôme, Isère : Annie Decorps

annie.decorps@businessfrance.fr

06 98 09 43 43

Vaucluse : Arnaud Delcourt

arnaud.delcourt@businessfrance.fr

07 68 45 66 76

• REGLEMENTATION - INFORMATIONS

- BUSINESS FRANCE

Accueil Export Entreprise 04 96 17 25 25
www.teamfrance-export.fr/programme-france-export

- FEVS

www.fevs.com | www.netvs.org/fr/identification

- CLUB WTC EXPORT APEX

04 13 94 04 50 | club-apex.com

- SUD DE FRANCE

sud-de-france.com

- ADOCC

agence de développement économique
de la région Occitanie : www.agence-adocc.com

- COFACE

www.coface.fr | 01 49 02 20 00

- HILLEBRAND

site de Beaune | 03 80 24 43 00
www.hillebrand.com

FINANCEMENT

- BPI FRANCE

Banque Publique d'Investissement

Antony Morgand | www.bpifrance.fr
antony.morgand@bpifrance.fr | 06 76 40 21 62

Délégation Avignon 04 90 86 78 00

Délégation Valence 04 75 41 81 30

Délégation Lyon 04 72 60 57 60

Délégation Montpellier 04 67 69 76 00

- FRANCE AGRIMER

Sud 04 90 14 11 00

Auvergne Rhône Alpes 04 72 84 99 10

Occitanie 04 67 07 81 00

- CONSEILS RÉGIONAUX

Sud 04 91 57 50 57

Auvergne Rhône Alpes 04 26 73 40 00

Occitanie 04 67 22 89 00

- V.I.E. :

IMED | www.imedfr.org | 04 91 91 47 72

PÔLE DE COMPETITIVITE - INNOVATION

- TERRALIA / Innov'Alliance

Agroparc à AVIGNON

pole-innovalliance.com | 04 32 40 37 60

PROTECTION DE LA PROPRIETE

- INPI

www.inpi.fr/fr | 0 820 210 211

- DÉLÉGATIONS RÉGIONALES INPI

Sud paca@inpi.fr

Occitanie : occitanie@inpi.fr

Auvergne Rhône Alpes : aura-lyon@inpi.fr

- OHMI

heipo.europa.eu/ohimportal/fr/trade-marks

- OMPI

www.wipo.int/portal/fr/

INTER RHÔNE

• SERVICE ÉCONOMIQUE :

guichetexport@inter-rhone.com

• SERVICE SALONS :

Emilie Foubert | salons@inter-rhone.com

• SERVICE MARKETING :

Asie / USA / Canada

Anais Richard

arichard@inter-rhone.com

Belgique/Allemagne

Aude Tsitoglou

atsitoglou@inter-rhone.com

Danemark / Suède / Norvège

Elodie Daniel

edaniel@inter-rhone.com

Royaume Uni

Aude Tsitoglou

atsitoglou@inter-rhone.com



Graphisme : Seize Neuf + photos © Inter Rhône, James Collier Photography, David Ducane, Couv Alice Bown

**POUR TOUTE INFORMATION,
CONTACTER LE DÉPARTEMENT ÉCONOMIQUE :**

Sébastien Lacroix
Dominique Toillon
Benjamin Echard
guichetexport@inter-rhone.com
Tel: +33 (0)4 90 27 24 00

**Pour les caves et maisons de négoce
de la Vallée du Rhône, retrouvez
toute l'information sur le site
www.vins-rhone.com, espace Adhérents**



VIGNOBLES
DE LA VALLÉE
DU RHÔNE

Source de belles rencontres

Pour découvrir nos Appellations d'Origine Contrôlée
vins-rhone.com

