

 <p><i>Humanités</i></p> <p>UTBM F 90010 Belfort Cedex tél. 03.84.58.31.75 fax. 03.84.58.31.78 e-mail <a href="mailto:katy.cabaret@utbm.fr">katy.cabaret@utbm.fr</a> <a href="http://www.utbm.fr">http://www.utbm.fr</a></p>	<p><b>OL56</b></p> <p><b>Logistique externe</b></p> <p><b>Final</b></p> <p><b>Durée : 2 heures</b> <b>Salle P131</b></p>
<p><b>Katy Cabaret</b></p> <p><b>Erwin Morgat</b></p>	<p><b>Lundi 15 janvier 2018</b></p>

- *Une feuille de synthèse des incoterms recto autorisée.*
- *Calculatrice non programmable autorisée*
- *Vous veillerez à la présentation de la copie (lisibilité, orthographe, grammaire).*
- *Merci de rédiger les parties 1 et 2 sur des copies différentes.*

### **Partie 1 : DOUANE ET LOGISTIQUE INTERNATIONALE** (10 points)

Question : Quelles ont été les évolutions dans le transport mondial ces dernières années (2000 – 2016) et quelles seront-elles dans les dix à quinze années à venir?

### **Partie 2 : Logistique internationale – Analyse du cas PISCINES SAPHY** (10 points)

#### **Liste des annexes :**

- **Annexe 1** : Situation et évolution du marché de la piscine (*Doc1 et 2*)
- **Annexe 2** : Données pays et sectorielles – Malaisie et Vietnam (*Doc.3   13*)

**PISCINES SAPHY, S.A.S.** au capital de 10 000 000 euros, a été créée en 1972 puis reprise en 2002 par monsieur Jacques Saphy, actuel PDG. Elle est située dans le département du Haut-Rhin. Elle compte actuellement 350 salariés dont une centaine de commerciaux. PISCINES SAPHY a inventé le concept de la piscine en kit avec ossature en acier ondulé. Cette innovation technologique brevetée a permis à plus de 95 000 particuliers de monter partiellement ou totalement leur piscine, rapidement et simplement. La société propose une gamme de 90 modèles et plus de 200 000 variantes. Avant la commercialisation de ces produits, leur qualité et leur sécurité ont été soumises à des tests effectués par des laboratoires indépendants (TÜV, CETIM, VERITAS). L'entreprise est certifiée ISO 9001, version 2008. Des garanties exclusives et directes sont offertes aux clients, 20 ans sur la structure et 12 ans sur le liner<sup>1</sup>.

Elle propose également des équipements complémentaires répondant à des objectifs de :

- **Sécurité** (escaliers de piscine permettant de faciliter l'accès aux enfants ou aux personnes âgées ; barrières et alarmes) ;
- **Environnement** (couvertures de piscines et abris, systèmes de filtration pour une économie d'eau et d'énergie) ;
- **Esthétisme et bien-être** (nombreuses formes de piscines, éclairage d'ambiance...).

La marque PISCINES SAPHY est présente dans 29 pays européens via un réseau de concessionnaires exclusifs. Afin d'accroître la proximité avec sa clientèle sur les principaux marchés européens, la société compte deux filiales avec centres d'exposition en Espagne et en Italie ainsi que 4 centres d'exposition en France.

Présente à la télévision et dans la presse spécialisée, PISCINES SAPHY compte de nombreux partenariats (émissions de décoration...) et une communauté de clients très actifs sur le net (blogs, Facebook, Twitter). Le parrainage reste son vecteur principal de communication. Deux clients sur trois sont recommandés par des amis ou proches, ce qui illustre l'engagement de la société pour la satisfaction de ses clients via une qualité et un service reconnus.

### **Travail à faire :**

Monsieur Saphy, directeur de l'entreprise, s'interroge sur l'opportunité de se tourner vers le marché asiatique, et plus particulièrement la Malaisie et le Vietnam. A partir des annexes 1 et 2 et des éléments de cours, répondez aux questions suivantes :

1. Démontrez à monsieur Saphy la nécessité d'approcher de nouveaux marchés étrangers afin d'accroître le développement de l'entreprise (**3 points**).
2. Comparez les 2 marchés (Malaisie / Vietnam) en mettant en évidence les opportunités et menaces de chacun. Sélectionnez le marché qui vous semble le plus porteur en argumentant votre réponse (**4 points**).
3. Formulez des recommandations au directeur sur la logistique à mettre en place pour aborder ce nouveau marché (**3 points**).

<sup>1</sup> Le liner est une enveloppe en PVC qui recouvre le fond de la piscine. Il donne au bassin la couleur de son eau et assure son étanchéité.

## **Annexe 1 : Situation et évolution du marché de la piscine**

### **Doc.1 :**

Si depuis 2008 la crise économique a affecté le marché de la piscine à l'export, en particulier en Europe du Sud, celui-ci représente toujours 17 % du chiffre d'affaires d'un secteur où la « french touch » séduit. En 2014, le chiffre d'affaires du secteur est resté stable sur un an à 1,5 milliard d'euros, en dépit d'une hausse de 3 % du nombre de bassins construits, a annoncé jeudi la Fédération des Professionnels de la Piscine (FPP).

L'exportation de piscines en kit et de matériels tels qu'abris, filtres, coffrets électriques, accessoires et robots, a représenté 17 % de l'activité, pour un secteur qui compte en France 4 000 à 5 000 entreprises et emploie en direct quelques 26 000 salariés (hors sous-traitants). « Nous sommes des champions de l'exportation où le savoir-faire français, la french touch, est une clé du succès », a estimé Gilles Mouchiroud, président de la FPP, lors d'une conférence de presse. « L'esthétisme français, le savoir-faire technique et marketing, souvent à l'origine de nombreuses innovations, sont en effet très recherchés par les clients étrangers », selon la fédération. Les principaux marchés, pour les entreprises tricolores du secteur, se situent en Europe : Italie, Portugal, Espagne, Bénélux et pays d'Europe de l'Est.

« Or, depuis la crise, le chiffre d'affaires a baissé, l'activité s'est grippée en Espagne, en Italie et au Portugal, tandis qu'elle restait stable ou progressait en Allemagne, en Autriche ou au Bénélux », a précisé J. Saphy à l'AFP. L'activité des professionnels français a chuté de 70 % en Espagne et au Portugal avec la crise, mais elle repart depuis la fin de l'an dernier dans ces 2 pays, dit le professionnel. En Italie, où le recul a été moindre, « de l'ordre de 25 % par rapport aux meilleures années », la reprise est aussi moins perceptible. Quant à la Grèce, son marché est « revenu quasiment à zéro ».

Des entreprises françaises se lancent aussi dans le « grand export » vers le Moyen-Orient et des « îlots de prospérité comme Dubaï », dit-il. Mais cela représente un chiffre d'affaires encore marginal. Grâce à la qualité de leurs prestations et à leur dynamisme, certaines PME se distinguent, telles que Desjoyaux ou PISCINES SAPHY, parmi les principaux exportateurs de bassins, ou les fabricants de matériel Procopi (revêtements) ou Fija (volets roulants, couvertures...), tous deux basés en Bretagne. Après avoir été le premier pays d'Europe à promulguer une loi sur la sécurité des piscines, la France est aussi « leader » sur les systèmes de sécurité, soulignent les professionnels du secteur.

*D'après Le Figaro immobilier - avril 2015*

### **Doc.2 :**

La France est le pays le plus équipé d'Europe, la plaçant devant l'Espagne (environ 1,25 million de bassins) et l'Allemagne (env. 719 000). La France se situe également au 1<sup>er</sup> rang européen du nombre de piscines par habitant avec 1 piscine pour 38 habitants, comme l'Espagne, qui en compte 1 pour 37 habitants, et loin devant le Portugal (1 pour 105), l'Allemagne (1 pour 112) ou l'Italie (1 pour 180). Pour aider le marché à rebondir et continuer de répondre aux envies des Français, qui sont 4 sur 10 à rêver d'une piscine chez eux, les professionnels misent sur l'innovation, sur leur savoir-faire et le « faire savoir ».

*Source : L'Annuaire de la piscine - 27 avril 2015*

**Annexe 2 : Données pays et sectorielles – Malaisie et Vietnam****Doc3 :**

Subject descriptor	Country	Units	2012	2013	2014
	Units				
Population	Malaysia	Persons Millions	29,5	29,9	30,2
	Vietnam	Persons Millions	88,7	89,6	90,6
PIB, Prix courant	Malaysia	U.S dollars milliards	304,9	313,1	326,9
	Vietnam	US dollars milliards	155,5	170,5	186
PIB par habitant, Prix courant	Malaysia	U.S. dollars	10 331,3	10 456,8	10 803,5
	Vietnam	U.S. dollars	1 752,6	1 901,6	2 052,8
Volume des importations	Malaysia	% growth	0,25	5,8	4,3
	Vietnam	% growth	9,5	18,4	13,3

Source : World Economic Outlook Database - International Monetary Fund - April 2015

**Doc4 : Taux de droits de douane moyens à l'import**

	MALAISIE	VIETNAM
ACIER (panneaux)	20 %	0 %
PVC - Polychlorure de Vinyle (revêtements)	20 %	7 %

Source : Organisation Mondiale du Commerce – 2015

**Doc5 : Températures moyennes (°C)**

MALAYSIA	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Kuala Lumpur	27	27	27	28	28	27	27	27	27	27	27	27
Johor Bahru	26,4	27	27,4	27,9	27,8	27,5	26,9	26,9	26,9	27,2	27	26,5

VIETNAM	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Hanoi	17	17	20	24	27	29	29	28	27	25	21	18
Ho Chi Minh City	26	27	28	30	30	28	28	28	27	27	27	26

Source : weatherbase.com

**Doc6 :**

Notes de risques	Malaisie	Vietnam
COFACE	Pays A2 Environnement des affaires A3	Pays C Environnement des affaires C

Les évaluations de la Coface se situent sur une échelle de 8 niveaux, **A1, A2, A3, A4, B, C, D, E** dans l'ordre croissant du risque.

**Doc7 :**

Dans le classement « Doing Business 2015 » de la Banque Mondiale, la Malaisie est classée au 11ème rang mondial pour la compétitivité de ses services logistiques et douaniers (le Vietnam est classé au 75ème rang).

Source : Le Moci « Atlas des risques pays » - 2015

**DONNEES SUR LE VIETNAM:****Doc8:****Les relations franco-vietnamiennes :**

Les liens tissés par l'histoire ainsi que le degré élevé de notre coopération font de la France un partenaire privilégié du Vietnam. Le rythme des visites à haut niveau témoigne de la vigueur de nos relations. Le Vietnam et la France ont célébré en 2013-2014 « l'Année France-Vietnam » et ont signé le 25 septembre 2013 une déclaration de partenariat stratégique, qui constitue désormais le cadre de la relation bilatérale.

**Annnonce d'un accord politique en vue d'un traité sur le commerce et l'investissement entre l'Union européenne et le Vietnam (5 août 2015).**

Cet accord est le deuxième de son genre avec un pays membre de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (Association of Southeast Asia Nations - ASEAN) après Singapour. L'accord entre l'UE et le Vietnam est le plus ambitieux jamais conclu avec un pays en développement. Il constitue une étape essentielle dans la construction d'une relation étroite et durable avec l'Asie du Sud-Est, qui compte plus de 600 millions d'habitants et où sont présentes de nombreuses entreprises françaises (près de 400 entreprises françaises au Vietnam). Le commerce bilatéral entre la France et le Vietnam s'établit en 2014 à 3,8 milliards d'euros. (...)

L'accord annoncé (...) prévoit une réduction significative des droits de douane tout en protégeant les produits sensibles européens et vietnamiens et prévoit à terme la disparition de nombreuses barrières non tarifaires aux échanges. Les entreprises européennes seront par ailleurs désormais autorisées à se porter candidates aux marchés publics au Vietnam, ce qui permettra de faire valoir l'expertise française dans ce domaine. Enfin, l'accord trouvé avec les autorités vietnamiennes se caractérise par un haut niveau d'exigence en matière de normes sociales et environnementales.

*Source : France diplomatie - www.diplomatie.gouv - août 2015*

**Doc9 :**

**Tourisme** : le Vietnam a accueilli 7,57 millions de visiteurs étrangers en 2013 [...]. Les grands groupes hôteliers sont de plus en plus attirés par le Vietnam. On compte à ce jour environ 13 500 hôtels dont 53 de catégorie 5 étoiles et 127 de catégorie 4 étoiles. Pour 2015, on attend la construction de 8 000 nouveaux hôtels dans l'ensemble du pays, dont 30 à 35 % aux standards 3 à 5 étoiles.

**Construction** : Malgré une conjoncture difficile depuis 2011, le secteur de la construction au Vietnam devrait connaître une croissance sans précédent grâce à l'urbanisation accélérée du pays (30 % à ce jour, 50 % prévus en 2020). Cette mutation sera accompagnée par la création de nouvelles zones urbaines qui devront répondre aux besoins des futurs habitants (logements, hôpitaux, commerces, hôtels, écoles, espaces verts, infrastructures, transports, etc.). Les villes de Hanoï et de Ho Chi Minh Ville disposent déjà d'un plan d'aménagement de leur agglomération à l'horizon 2025.

*Source : Business France (Ubifrance 2014)*

**Doc10 :**

Il y a un renouveau de la francophonie assez sensible ces derniers temps auprès des jeunes désireux de trouver du travail dans le tourisme ou dans les sociétés françaises qui s'implantent au Vietnam. L'anglais est de loin la langue étrangère la plus répandue aujourd'hui.

Source : [www.routard.com](http://www.routard.com)

## **DONNEES SUR LA MALAISIE :**

### **Doc11 :**

La Malaisie est le second partenaire commercial de l'UE au sein de l'ASEAN (après Singapour) – et son 24ème partenaire au niveau mondial.[...]. L'Union européenne est le 4ème partenaire commercial de la Malaisie (après la Chine, Singapour et le Japon).

Des négociations en vue d'un accord de libre-échange bilatéral se sont ouvertes en décembre 2010. Après une longue interruption liée aux échéances électorales (élections générales du 5 mai 2013), un 9ème cycle de négociations s'est tenu en mars 2015. La négociation concernant un accord de partenariat et de coopération s'est engagée en février 2011.

Source : *France Diplomatie - avril 2015*

### **Doc12 : Le secteur de la construction encouragé par une demande en biens immobiliers innovants en Malaisie.**

La Malaisie affiche une croissance record de 14,3 % pour l'industrie de la construction sur le 1<sup>er</sup> semestre 2014. Ce développement répond à une demande croissante des consommateurs en logements innovants, pratiques et modulables, pouvant combiner lieu de vie et bureau. La demande est également forte pour les appartements avec vue, « Sky Garden », « Sky Lounge ». Aujourd'hui, les Malaisiens exigent des résidences qui se distinguent par leur originalité. Ils consacrent également beaucoup d'attention à l'aménagement intérieur et à l'architecture extérieure du bâtiment.

Le secteur du **tourisme** a fortement contribué à la réussite économique du pays en 2013. Il est l'un des secteurs porteurs du pays. L'industrie profite du soutien du gouvernement malaisien via le programme « Visit Malaysia Year 2014 ». Les recettes liées au tourisme en Malaisie ont augmenté de 8,1 % en 2013, passant de 13,8 milliards d'euros en 2012 à environ 15 milliards d'euros. Le nombre de touristes et le montant de leurs dépenses moyennes ont également augmenté pour atteindre 25,7 millions de touristes en 2013 (+ 2,7 % par rapport à 2012) avec une dépense moyenne de 580 EUR par personne. L'implantation de nouveaux hôtels tels que le « The Regent » prévu en 2015, le « Four Seasons Place Kuala Lumpur » et le « W Kuala Lumpur » en 2016 vont continuer à stimuler la croissance.

Source : *Business France (bureau d'Ubifrance de Kuala Lumpur - août 2014)*

**Doc13 : Les usages du pays** : l'anglais est la langue des affaires. Les Malaisiens ont généralement une bonne maîtrise de l'anglais qui est enseigné dès l'école primaire.

Source : *Business France (fiche pays Malaisie Ubifrance de 2014)*