

Septembre 2020

GUIDE D'IMPORTATION POUR L'ACHETEUR DE PRODUITS À BASE DE SOJA AMÉRICAINS

Préparé pour :



Préparé par :



Financé par l'U.S. Soybean Checkoff Program

TABLE DES MATIÈRES

SECTION 1 :

Que sont les « UFO » et pourquoi les commerciaux en produits agricoles les fuient-ils ? 3

Mettez-vous dans la position du commercial afin de comprendre comment faire pour être perçu comme crédible, fiable et compétent.

SECTION 2 :

Alternatives à la prospection téléphonique « à froid » 5

Travail préalable à effectuer avant de contacter un fournisseur potentiel et autres méthodes d'approche.

SECTION 3 :

Terminologie 6

Ne pas utiliser le bon jargon, c'est instiller le doute dans l'esprit de votre interlocuteur. Prenez le temps d'apprendre le langage commun et la terminologie du métier. Parcourez la liste des conditions contractuelles et commencez à remplir les blancs.

SECTION 4 :

Agences commerciales régionales, contrats d'origine facultative, sociétés commerciales et courtiers 9

Ce que vous devez savoir sur les modalités d'accès au marché américain et les rôles de chacune des entités concernées.

SECTION 5 :

Crédit et autre risque 10

La négociation de produits à faible marge ne laisse aucune place aux erreurs, aux malentendus ou aux mauvais calculs.

Analyse de solvabilité 13

Dun & Bradstreet 14

Lettre de crédit 14

Risque de fluctuation du prix 15

SECTION 6 :

Présentation du marché américain des graines et produits de soja 14

Flux de produits 19

Liste des produits 22

Types de fournisseurs 23

Conclusion :

19

INTRODUCTION :

Les États-Unis, le Brésil et l'Argentine sont les premiers producteurs et exportateurs mondiaux de soja et de produits à base de soja. Souvent, les acheteurs privilégient le soja produit aux États-Unis en raison de son prix, de sa qualité et de sa fiabilité. La culture des affaires aux États-Unis, le respect des contrats et la qualité du produit sont très prisés. Cependant, pour les primo importateurs de soja, fidéliser des fournisseurs américains peut être compliqué.

S'approvisionner aux États-Unis en produits transformés à base de soja, comme le concentré de protéines de soja (CPS) ou l'isolat de protéine de soja (IPS), n'est pas particulièrement simple, en raison du faible nombre de fournisseurs. Certains fournisseurs américains ne daignent même pas répondre aux appels téléphoniques des importateurs de soja, soit parce qu'ils sont trop petits, soit parce qu'ils ne les connaissent pas. Cette pratique très inhabituelle peut choquer un acheteur. Après tout, acheter un produit ne devrait pas être difficile. En général, un vendeur cherche à vendre ses produits et à trouver de nouveaux acheteurs. Dans le commerce, c'est la vente qui demande du travail, mais acheter devrait être simple. Pourtant, les vendeurs de soja et de produits de soja sont réticents à travailler avec des entités qu'ils ne connaissent pas. Comment faire pour qu'un acheteur potentiel de produits à base de soja américains soit crédible auprès d'un exportateur et qu'ils travaillent ensemble ? Les acteurs inexpérimentés qui cherchent à s'approvisionner sur le marché américain doivent éviter certains impairs. Souvent, un fournisseur va repérer des « signaux d'alarme » dès le début d'un entretien électronique, téléphonique ou en tête-à-tête avec un nouvel acheteur.

Ce manuel vise à aider les importateurs de soja à comprendre la logique derrière le scepticisme des fournisseurs, à éviter les erreurs les plus courantes et à augmenter la probabilité d'importer des produits de soja américains.

SECTION 1:

Que sont les « UFO » et pourquoi les commerciaux en produits agricoles les fuient-ils ?

Mettez-vous dans la position du commercial afin de comprendre comment faire pour être perçu comme crédible, fiable et compétent.

Un « UFO » (pour Unknown Flying Object) désigne, en français, un « objet volant non identifié », c'est-à-dire quelque chose de mystérieux, d'étrange et d'inconnu. Dans le secteur du soja américain et l'industrie des produits agricoles, les fournisseurs utilisent souvent ce terme UFO pour désigner les acheteurs étrangers qu'ils ne connaissent pas. Un acheteur qui vient sur ce marché pour acheter des produits à base de soja doit éviter de se voir « coller » cette étiquette. Ceci dit, de nombreux acheteurs sérieux et bien intentionnés sont désignés ainsi car ils envoient un mauvais message à un fournisseur et sont rapidement éconduits. Les fournisseurs sont souvent contactés par des courtiers ou des « intermédiaires » qui recherchent un produit pour un client étranger. Les fournisseurs traitent ces intermédiaires avec mépris car, selon eux, ils n'ont pas leur place sur le marché ou ils cherchent à faire des bénéfices rapidement. Si vous souhaitez acheter des produits à base de soja américains, gardez bien cela à l'esprit ! Les fournisseurs américains sont contactés par des courtiers et des intermédiaires inconnus, qui ne connaissent pas le marché et qui sont dans l'incapacité de finaliser un achat.

Pire, certaines demandes émanent de concurrents se présentant comme des acheteurs potentiels pour obtenir des informations sensibles sur le marché et les prix. Malheureusement, à cause de ces mauvaises expériences, les fournisseurs américains sont devenus sceptiques et peu patients vis-à-vis des importateurs petits et inconnus.

Pour éviter d'être éconduit et catégorisé comme un « UFO », voici quelques conseils essentiels à suivre :

CIBLER LE PRODUIT APPROPRIÉ - La première étape est de faire votre travail. Analysez votre activité et renseignez-vous sur le produit que vous souhaitez acheter. Identifiez les critères de qualité les plus importants pour vous. Déterminez la qualité qui vous convient et distinguez-la des critères de qualité qui peuvent être un plus, mais ne sont pas essentiels. Si vous ne recherchez que le meilleur niveau de qualité, votre demande risque d'être jugée irréaliste ou d'un coût prohibitif. Le fournisseur le saura probablement déjà, car il approvisionne de nombreux acteurs du marché. Il risque de vous éconduire, car vous recherchez un produit qu'aucun autre acteur n'utilise pour une raison ou pour une autre.

INDIQUER L'UTILISATION PRÉVUE - Très souvent, le fait d'indiquer l'utilisation prévue aidera le fournisseur à vous orienter vers le produit approprié. Par exemple, on n'utilise pas le même isolat de protéine de soja pour une boisson ou pour une substitution partielle de la viande. De même, le soja utilisé pour fabriquer du tofu n'est pas le même que celui permettant d'obtenir de la pâte.

CONNAÎTRE LE MARCHÉ - Vous n'êtes très probablement pas le premier à rechercher un ingrédient à base de soja particulier dans votre pays, votre secteur d'activité ou votre marché. La première question à se poser lorsque l'on recherche un

nouvel ingrédient à base de soja est la suivante : « Comment les concurrents se procurent-ils ce produit aujourd'hui ? » Répondez à cette question et vous connaîtrez la filière à suivre. Ensuite, vous pourrez mentionner le concurrent ou un autre acteur lors de la négociation pour obtenir ce produit. Cela renforce instantanément votre crédibilité, car cet autre acteur s'approvisionne déjà de cette manière. Grâce à ces informations, vous emmagasinez de l'expérience pour approcher d'autres fournisseurs.

ÊTRE FRANC - Vous êtes peut-être le premier sur le marché à rechercher ce produit. Peut-être même qu'aucun produit n'est actuellement livré dans votre pays ou votre région. Ne vous excusez pas pour autant. Soyez franc. Expliquez au fournisseur que vous n'avez jamais commandé ce produit auparavant et qu'à votre connaissance, aucun autre acteur sur votre marché ne l'utilise pour l'instant. Dites-lui pourquoi vous avez besoin de ce produit. Précisez comment vous prévoyez de l'utiliser et en quoi il est nécessaire. Expliquez au fournisseur ce que vous savez et ce que vous ne savez pas. La plupart des fournisseurs apprécieront votre franchise et essaieront de vous aider. Il est extrêmement difficile de cultiver une relation avec un fournisseur si l'on reste trop secret.

MOINS, C'EST MIEUX – Un acheteur pense souvent, à tort que « plus, c'est mieux ». De nombreux acheteurs exagèrent le volume qu'ils cherchent à acheter. Pourtant, en matière de produits, vouloir acheter un volume plus important n'est pas forcément un atout. Cela se traduit par un risque accru et c'est moins souhaitable, surtout s'il s'agit d'une première commande et si l'acheteur n'est pas connu. Le plus important, c'est d'être honnête et de mentionner des besoins réalistes. Dites quelque chose comme : « Ma demande pourrait atteindre telle quantité, mais aujourd'hui, je m'en tiens à tel volume. »

PRIX : LE DÉTAIL FINAL - Tout le monde veut connaître le prix. C'est bien compréhensible. Mais, soyez patient. Souvent, les acheteurs demandent un prix bien trop tôt. Ne demandez pas le prix à un fournisseur avant d'avoir abordé les autres informations. Très souvent, la question du prix vient en dernier dans la conversation. Les aspects tels que le transport, le conditionnement, le niveau de prix, la qualité et les conditions de paiement doivent être abordés avant, car ils déterminent les risques pour chacune des parties, ce qui a un impact sur le prix. Si un acheteur demande un prix trop tôt, des signaux d'alarme s'allument dans la tête du fournisseur.

SECTION 2 : ALTERNATIVES À LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE « À FROID »

Travail préalable à effectuer avant de contacter un fournisseur potentiel et autres méthodes d'approche.

Bien, vous êtes prêt à contacter un fournisseur. Vous avez fait votre travail préparatoire. Vous connaissez la qualité, la quantité et le prix général que vous pouvez accepter. Vous avez au moins pris en compte tous les aspects essentiels d'un contrat potentiel. Il y a plusieurs manières d'initier ce processus. À un moment donné, vous devrez envoyer un e-mail ou un courrier, téléphoner à un fournisseur potentiel ou vous déplacer pour le rencontrer. Le contexte particulier de votre pays, de votre secteur et de votre secteur aura indubitablement un impact sur cette partie du processus. Mais, voici quelques approches envisageables :

AMBASSADE AMÉRICAINE - De nombreuses ambassades américaines ont un conseiller chargé de faciliter les relations commerciales entre les fournisseurs américains et votre pays. Contactez l'ambassade des États-Unis dans votre pays. Informez-la que vous souhaitez acheter un produit américain. Demandez un entretien. L'attaché en charge de votre région pourra vous recevoir, vous donner des conseils et, éventuellement vous recommander.

STATE ECONOMIC DEVELOPMENT OFFICE - De même, la plupart des États américains ont un service du développement économique, chargé de faciliter les relations commerciales entre leur État et les acheteurs étrangers. Si vous avez identifié un fournisseur que vous souhaitez contacter et dont vous savez qu'il se trouve dans un État américain, contactez le Bureau de développement économique de cet État. Cet organisme connaîtra très probablement ce fournisseur et pourra vous mettre en relation. Si vous vous présentez comme un acheteur crédible, le fournisseur vous respectera et vous vous en ferez un allié.

AGENCE RÉGIONALE - Si votre fournisseur est une multinationale (et il y en a beaucoup dans le monde du soja), il aura probablement défini comment il souhaite interagir avec les acheteurs potentiels dans votre pays. Si tel est le cas, identifiez l'organisme local ou régional responsable de votre zone géographique. Parfois, l'entreprise ne vous donnera pas la possibilité de vous approvisionner par une autre filière. Identifiez ce que le fournisseur préfère et travaillez dans le système qu'il prescrit. Chaque fournisseur est différent et, souvent, sa préférence évolue avec le temps. Ce qui valait il y a quelques années peut être très différent aujourd'hui. Pourtant, il est important de découvrir et de comprendre les préférences actuelles de chaque entreprise et de travailler au sein de cette structure.

INTERNET - Utilisez les sources publiques disponibles sur Internet. Faites appel à des services comme LinkedIn, consultez les sites web d'entreprises et d'associations sectorielles pour vous informer sur un fournisseur ou un responsable commercial. Souvent, un commercial aura créé un profil avec des coordonnées disponibles dans ces sources. Si vous n'avez rien d'autre, consultez le profil de cette personne.

SALONS PROFESSIONNELS - Recherchez les salons professionnels où les fournisseurs potentiels sont présents ou ont un stand. En raison des restrictions de déplacement et des mesures sanitaires actuelles, les événements « physiques » sont remplacés par des salons professionnels « virtuels ». Parcourez la liste des exposants et des personnes inscrites. Demandez des recommandations pour savoir quel salon professionnel répond le mieux à vos besoins. Si des fournisseurs potentiels sont présents, cela peut être intéressant d'y aller. Ces manifestations constituent un excellent moyen de rencontrer un fournisseur dans une ambiance décontractée. Profitez des salons professionnels organisés dans votre région. Les salons intéressants aux États-Unis sont notamment les suivants :

- *IFT Expo*
- *Natural Products Expo West*
- *Natural Products Expo East*
- *Supply Side West*
- *Supply Side East*

SECTION 3 :

Terminologie

Ne pas utiliser le bon jargon, c'est instiller le doute dans l'esprit de votre interlocuteur. Prenez le temps d'apprendre le langage commun et la terminologie du métier. Parcourez la liste des conditions contractuelles et commencez à remplir les blancs.

Pour conclure un contrat, il faut bien comprendre les points clés. Si les détails sont convenus lors de la discussion entre l'acheteur et le vendeur, il est important pour l'acheteur de prendre en compte ces éléments avant de formuler une demande. Voici quelques questions clés auxquelles il faut savoir répondre :

QUANTITÉ - De quelle quantité ai-je besoin maintenant De combien ce volume pourrait-il augmenter annuellement Soyez réaliste et honnête sur la quantité.

UNITÉ DE MESURE - Quelle est l'unité de mesure standard utilisée dans le secteur La tonne métrique, le boisseau, la livre ou une autre unité ? Identifiez l'unité employée et utilisez-la dans vos échanges.

DEVISE - Êtes-vous prêt à acheter dans votre monnaie, en dollar U.S. ou dans une autre devise ? Quelle est la norme dans le secteur et quelle est la filière d'approvisionnement que vous ciblez ? Soyez prêt à acheter dans la devise standard. Parlez-en à votre banquier.

DESCRIPTION ET QUALITÉ DU PRODUIT - Quelle est la qualité minimale acceptable ? Quelle est votre qualité minimale Ma demande correspond-elle à une spécification de qualité réaliste ? Il est plus que probable que des spécifications de qualité standard existent. Puis-je les appliquer Sinon, quels ajustements minimaux sont nécessaires ?

PRIX - Quel coût final de livraison à ma porte est réaliste Un acheteur doit avoir une bonne idée générale d'un prix acceptable.

BASE - Le terme Base n'est peut-être pas utilisé largement pour des produits à base de soja transformés à valeur ajoutée, mais il fait partie de la terminologie employée pour échanger des graines, du tourteau et de l'huile de soja. La « base », c'est tout simplement le différentiel entre le prix du marché fixé au Chicago Board of Trade (CBOT) et le prix comptant acheté ou vendu. Par exemple, si le prix des graines de soja au CBOT est de 9,00 \$ le boisseau et de 9,50 \$ à Londres, le soja londonien a une base de +0,50 \$. Certains contrats sont négociés et rédigés comme des contrats de base, ce qui signifie que la base convenue entre l'acheteur et le vendeur est fixe, mais le prix au CBOT est susceptible de fluctuer ultérieurement. Si vous achetez du soja avec une base de +0,10 \$ puis que vous le vendez à une base de +0,20 \$, vous avez réalisé une marge de 0,10 \$ par boisseau. La plupart des négociants ne se focalisent que sur le prix de base, car ils éliminent le risque du marché en utilisant une stratégie de couverture au niveau du CBOT. *(Pour plus d'informations sur la couverture, consultez l'explication sous « Risque de fluctuation du prix » dans la Section 5.)*

INSPECTION - Comment la qualité sera-t-elle vérifiée avant l'expédition La documentation du fournisseur est-elle acceptable ? Ou un laboratoire tiers va-t-il effectuer un test ? Si oui, quel laboratoire ? Comment l'échantillon sera-t-il recueilli ? Souhaitez-vous qu'un tiers collecte l'échantillon ?

POIDS - Comment les poids finaux seront-ils déterminés ? Suis-je à l'aise avec le système de pesage d'un fournisseur ?

RÈGLES COMMERCIALES - Ce produit et cet itinéraire commercial sont-ils soumis à des règles sectorielles ou internationales ? Puis-je accepter ces règles commerciales ?

TRANSPORT - Est-ce que je souhaite des livraisons par conteneurs pleins ? Ou par conteneurs partiellement pleins ? Qui se charge du transport ? L'acheteur ou le vendeur ?

CONDITIONNEMENT - Quel type de conditionnement puis-je accepter Des petits sacs ? Des sacs en papier Des sacs en polyéthylène ? Des sacs fourre-tout ? En vrac dans un conteneur Le conteneur doit-il avoir un revêtement ? Souvent, le fret précédemment chargé dans un conteneur n'est pas connu.

NIVEAU DE PRIX - Est-ce que je souhaite un prix FOB ? C&F ? CIF ? Rendu au lieu de destination convenu ?

Voici quelques définitions de base :

FOB (Free on Board) - Avec ce code, le vendeur accepte de charger le produit sur le moyen de transport convenu (conteneur, péniche, navire, wagon, etc.) à l'emplacement spécifié dans le contrat. Si vous achetez le produit de soja en FOB, cela signifie que vous, en tant que client, acceptez d'organiser et de prendre en charge le fret pour livrer ce produit.

C&FOUCFR (Cost & Freight) - Avec ce code, le vendeur accepte de charger le produit sur le moyen de transport convenu et de payer le fret jusqu'au lieu de destination défini. Mais, il NE GARANTIT PAS la livraison ou l'arrivée.

CIF (Cost, insurance, Freight) - Ce code est similaire au code C&F, avec en plus la garantie de la livraison au lieu de destination défini.

DELIVERED - Le produit est livré au lieu de destination spécifié dans le contrat.

TRANSFERT DE PROPRIÉTÉ - Dans toute transaction, il est important de savoir quand intervient le transfert de propriété du vendeur à l'acheteur. Par exemple, un produit peut être en route vers une destination dans un conteneur sur un navire et se voir refuser l'accès au port de destination. Ce peut être en cas de litige commercial entre des pays, de difficultés financières de la compagnie maritime ou d'embargo suite à une pandémie. Si le produit est acheté en C&F ou CIF, l'acheteur doit acquitter le paiement, même si le produit n'a pas été livré.

Voici un résumé sur le point de transfert de propriété :

FOB - Le transfert de propriété s'effectue lorsque le produit est chargé sur le moyen de transport à l'emplacement spécifié dans le contrat, en général au lieu de départ.

C&F/CFR, CIF - En cas d'expédition de biens par la mer, le transfert de propriété du vendeur à l'acheteur intervient lors du chargement sur l'eau.

DELIVERED - Le transfert de propriété a lieu à l'arrivée, à l'emplacement spécifié dans le contrat.

ITINÉRAIRE - Quel itinéraire le produit va-t-il suivre La qualité sera-t-elle maintenue pendant le transport ? Si le transit est long ou suit un itinéraire inapproprié – par exemple, une zone de chaleur comme l'équateur –, la qualité en sera-t-elle affectée ?

SCELLÉS - L'expédition doit-elle être scellée pendant le transit ? Le contrat doit-il imposer des scellés ?

ASSURANCE - Quelle partie est responsable des différents points du transfert, depuis l'origine jusqu'à la destination ? Très souvent, la responsabilité – notamment en cas de perte – change aux différents points du transfert.

Si le produit se trouve aux États-Unis et sur un camion ou dans un train, le transporteur aura probablement une assurance. Mais les compagnies maritimes N'ASSURENT PAS le produit qu'elles transportent. Une fois le produit chargé sur un navire dans un port, il n'y a plus aucune assurance, sauf mention expresse dans le contrat.

Le prix d'une assurance couvrant la perte du produit sur un navire est relativement modique. En général, l'entité qui organise le fret par mer peut assurer le produit pendant son transit jusqu'au port de destination.

IMPORTATION - Qui va gérer les obligations liées à l'importation au lieu de destination et à la livraison finale ? Très souvent, le fournisseur américain ne prendra pas en charge cet aspect, sauf s'il dispose d'une agence locale. Que pouvez-vous apprendre d'un commissionnaire de transport dans votre pays, avant de vous renseigner sur des fournisseurs américains ?

DOCUMENTS - Quels documents le fournisseur devra-t-il présenter ? En général, il s'agit des documents suivants : connaissance, certificats de qualité, certificats de poids, certificat d'origine, certificat phytosanitaire

CONDITIONS DE PAIEMENT - À quel moment le paiement interviendra-t-il et sous quelle forme ?

RÉSOLUTION DES LITIGES - Si des problèmes surviennent pendant le transit, comment seront-ils résolus Est-il possible de désigner une association professionnelle ou un médiateur à l'avance ? Quelle est la pratique courante dans le secteur ?

Cette liste n'est pas exhaustive et un acheteur n'a pas besoin de répondre à toutes ces questions avant de contacter un fournisseur. Cependant, elles doivent recevoir une réponse et en trouveront probablement une sous la forme d'un contrat. La plupart du temps, les vendeurs auront une préférence pour les conditions contractuelles. Ces conditions devront correspondre au protocole commun ou aux normes en vigueur dans le secteur.

SECTION 4 :

Agences commerciales régionales, contrats d'origine facultative, sociétés commerciales et courtiers

Ce que vous devez savoir sur les modalités d'accès au marché américain et les rôles de chacune des entités concernées.

Comme nous l'avons déjà vu, certains producteurs américains importants peuvent avoir des agences commerciales dans différentes régions. Il se peut que l'agence située dans votre région soit le seul canal par lequel un fabricant vendra ses produits dans votre pays. Si tel est le cas, respectez cette décision et utilisez ce canal de communication. Ne tentez pas de prendre contact directement avec le site de production ou un autre site de l'entreprise.

Sachez que l'agence régionale peut représenter le produit fabriqué dans des pays autres que les États-Unis. Elle peut vous proposer le produit d'une autre provenance. Si vous voulez le produit américain pour la stabilité de ce marché, pour la fiabilité de l'approvisionnement tout au long de l'année grâce à une infrastructure de transport très performante, parce que le soja est produit de façon durable ou pour une autre raison, veillez à spécifier l'origine américaine. Si vous ne le

faites pas, un fournisseur important pourra vous proposer une expédition à partir d'une autre origine, ce qui signifie que le produit pourra provenir des États-Unis ou d'un autre pays. Une agence commerciale régionale peut avoir intérêt à privilégier les contrats d'origine facultative pour autoriser un arbitrage et changer l'origine du produit lorsque la dynamique du marché évolue. Un tel contrat est plus intéressant financièrement pour l'acheteur, car le fournisseur se ménage la possibilité d'acheminer le produit le moins cher lors de l'expédition. La dynamique du marché et le barème de prix peuvent évoluer entre le moment où le contrat est établi et l'expédition proprement dite. Par exemple, les fluctuations des devises peuvent faire baisser le prix du produit d'une origine particulière. De même, le prix du fret vers la destination peut changer pour une origine, mais pas pour une autre. Les coûts de provenance des graines de soja entières peuvent augmenter dans une origine, mais pas dans une autre. Un contrat d'origine facultative autorise le vendeur à profiter de ces nouvelles conditions. Cette possibilité accordée au fournisseur doit toujours se traduire par un prix inférieur.

Une **société commerciale** peut constituer un autre levier pour accéder au marché de production américain. Les sociétés commerciales peuvent vous ouvrir la porte du marché américain et vous proposer le produit provenant de différentes usines en différentes qualités et à plusieurs prix. En général, elles s'approprient le produit et s'engagent à vous livrer le produit souhaité.

Les sociétés commerciales peuvent offrir un avantage à un acheteur, notamment une certaine transparence au niveau des tarifs proposés par plusieurs sites de production. Elles peuvent obtenir un prix plus intéressant ou des conditions plus favorables, en prenant en charge un volume du produit qu'aucun acheteur étranger n'est en mesure de consommer. Elles ont accès à des filières de fret plus performantes, plus compétitives, voire meilleures que celle du fabricant ! Elles peuvent également vous aider à rassembler les documents requis pour importer le produit dans votre pays.

L'autre solution consiste à faire appel à un **courtier**. Si, au premier abord, un courtier semble remplir la même fonction qu'une société commerciale, il y a des différences importantes. Comme une société commerciale, un courtier peut vous ouvrir la porte du marché d'approvisionnement et vous proposer le produit de différentes origines. De plus, les courtiers connaissent souvent les prix du fret et les documents requis pour l'importation. Toutefois, normalement, un courtier ne s'approprie pas le produit, ce qui est une différence fondamentale. Vous achetez le produit à un fournisseur. Le courtier n'est qu'un négociant. Il met en relation l'acheteur (vous) et le fournisseur. Les courtiers peuvent vous éviter des problèmes et vous aider à négocier le prix. Mais au final, vous signez un contrat avec le fournisseur et c'est ce dernier qui est tenu de respecter les conditions du contrat.

Notez que le terme « courtier » est souvent employé et parfois dans un sens différent de celui que vous connaissez. Assurez-vous de bien comprendre le rôle de votre fournisseur et comment ce dernier s'articule dans la chaîne d'approvisionnement.

Si vous prévoyez d'être l'importateur officiel, il peut être intéressant de contacter un courtier en douanes dans le pays pour vous aider à préparer les documents requis par votre pays. Le rôle d'un courtier en douanes est différent de celui du courtier décrit précédemment. Comprendre et identifier de manière proactive les documents

douaniers nécessaires avant de confirmer un achat peut vous éviter des retards injustifiés voire un refus d'entrée du produit dans votre pays. Il est important de spécifier tous les documents requis dans votre contrat avant de valider l'achat. Votre fournisseur doit pouvoir vous fournir des exemples de ces documents avant l'achat. N'hésitez pas à les lui demander. Vérifiez ces documents avec votre courtier en douanes. Ne continuez pas tant que vous n'êtes pas absolument certain de recevoir tous les documents requis par votre pays pour importer le produit.

SECTION 5 :

Crédit et autre risque

La négociation de produits à faible marge ne laisse aucune place aux erreurs, aux malentendus ou aux mauvais calculs.

Tout le monde veut être payé. La plus grande peur d'un commercial est de ne pas être payé pour une livraison. Un acheteur qui supprime cette peur peut en retirer certains avantages, en commençant par le prix. Celui qui montre sa solvabilité et tient son engagement gagnera en crédibilité. Un acheteur qui paie rapidement et dans les temps se verra proposer le meilleur prix et le meilleur service. En d'autres termes, un contrat dans lequel le fournisseur vous accorde un délai de paiement peut vous sembler une bonne affaire, mais ne vous méprenez pas ! Dans les rares cas où un crédit est proposé, le fournisseur a également augmenté son prix pour compenser le risque perçu et le délai de règlement. Les acheteurs petits, moyens ou inconnus, qui se renseignent sur les possibilités de crédit peuvent rendre un fournisseur soupçonneux et s'engager dans une impasse.

En général, un fournisseur américain évaluera la solvabilité d'un acheteur potentiel avant de conclure le contrat, même si le paiement est dû immédiatement. Pour faire simple, une analyse de solvabilité permet au fournisseur de mieux connaître un acheteur. Les fournisseurs veulent savoir avec qui ils travaillent et la situation financière de leurs interlocuteurs. Un acheteur doit aider le fournisseur à connaître son entreprise.

L'ANALYSE DE SOLVABILITÉ

Chez les fournisseurs importants, le commercial n'est pas autorisé à effectuer une évaluation financière ou à accorder un crédit. En général, un « Service Crédit » est chargé de cette question. Chez les fournisseurs de taille plus modestes, le commercial peut participer directement à l'analyse financière.

Que vous le vouliez ou non, chaque acheteur a un profil financier. Parfois, il est très limité et les informations dont dispose le fournisseur potentiel sont parcellaires. Un tel manque d'informations en dit long, et ce n'est pas positif. Il induit un risque, et un risque accru se traduit par un prix plus élevé, voire un refus.

LE PROFIL FINANCIER

Créez le profil financier qu'un fournisseur pourra consulter et présentez-le comme vous le souhaitez. La première étape peut consister à mettre à disposition certaines informations clés. Commencez par les fondamentaux en fournissant des informations telles que la structure juridique (société anonyme, société de personnes, entreprise individuelle, etc.), l'historique, l'envergure des opérations, les informations bancaires et les références. Regroupez tout cela dans un document simple et lisible. Mieux, postez-le sur votre site Web en consultation libre.

À mesure que les discussions avancent, un fournisseur peut demander certains documents pour effectuer son évaluation financière. Si tel est le cas, cela signifie qu'il continue d'examiner votre demande. Les documents qu'il peut vous demander sont les suivants :

- *Compte de résultats*
- *Bilan comptable*
- *État des flux de trésorerie*

Après avoir examiné ces documents financiers, le spécialiste du crédit va procéder à une analyse élémentaire des ratios. Les ratios les plus fréquemment calculés à partir de vos documents financiers sont les suivants :

- *Ratio de liquidité générale*
 - *Actif à court terme divisé par le passif à court terme*
- *Ratio de liquidité réduite*
 - *Actif disponible divisé par le passif à court terme*
 - *L'actif disponible correspond aux actifs les plus liquides*
- *Ratio dettes/fonds propres*
 - *Montant total de la dette divisé par les fonds propres*

DUN & BRADSTREET

Dun and Bradstreet (D&B) est un outil que les vendeurs utilisent couramment pour mieux connaître un interlocuteur. Si ce n'est déjà fait, faites référencer votre entreprise dans D&B. Les analystes du crédit utilisent cet outil pour se renseigner sur la situation financière et la solvabilité des entreprises à travers le monde. Si vous êtes répertorié dans D&B, vous pouvez indiquer votre numéro « DUNS » (Data Universal Number System) au fournisseur. L'analyste du crédit saisit votre numéro DUNS sur le site Web de D&B et a ainsi accès à toute une série d'informations sur la santé financière de votre entreprise. Surtout, D&B attribue une note de crédit (« Credit Score ») aux entreprises qu'il référence. Très important pour les analystes du crédit, ce score est probablement l'information qui va décider un fournisseur à faire affaire avec vous. Si vous n'avez pas de numéro DUNS, vous pouvez en obtenir un sur la page suivante : <https://www.dnb.com/duns-number/get-a-duns.html> (Si votre pays n'est pas disponible, rendez-vous à la page d'accueil du site Dun & Bradstreet et cliquez sur l'icône de planète en haut à droite pour sélectionner votre pays/région : [www.https://www.dnb.com](https://www.dnb.com))

LA LETTRE DE CRÉDIT

La lettre de crédit est peut-être la forme de paiement la plus courante dans les transactions internationales. En effet, elle constitue une protection pour l'acheteur et le vendeur. De plus, elle est avalisée par une banque tierce. Par une lettre de crédit (LC), une banque s'engage à payer, une fois les conditions requises remplies. Si vous utilisez ce mode de paiement, commencez par discuter avec votre banque. À un moment, une banque internationale sera impliquée. Voici une liste des parties concernées en cas de transaction par LC :

BANQUE CONSEILLÈRE - C'est la banque du bénéficiaire aux États-Unis. Elle reçoit les documents et les transmet à la banque du demandeur.

DEMANDEUR - C'est vous, l'acheteur. Le demandeur demande une LC à une banque. Soyez prêt à payer en espèces ou préparez une ligne de crédit à une banque pour effectuer le paiement.

BANQUE DU DEMANDEUR - C'est la banque qui va gérer la transaction. On la désigne parfois sous le nom de « banque émettrice ». Le demandeur et sa banque rédigent les conditions de la LC et les envoient au fournisseur pour qu'il les accepte. Cette banque examine tous les documents avant d'effectuer le paiement et vérifie que toutes les conditions figurant sur la LC sont remplies.

BÉNÉFICIAIRE - C'est le fournisseur, le vendeur qui est payé. Le bénéficiaire est chargé de fournir tous les documents requis à la banque.

BANQUE DU BÉNÉFICIAIRE - C'est la banque du vendeur. Elle joue parfois le rôle de « banque conseillère » ou de « banque confirmatrice ».

Remarque - Souvent, le fournisseur demande une LC confirmée, surtout si l'acheteur est nouveau ou si l'opération commerciale présente des incertitudes : instabilité politique dans un pays, crise économique ou doute de la banque sur la capacité de l'acheteur à remplir ses obligations. Une LC confirmée est une garantie du règlement de la part de la banque du bénéficiaire, en cas de défaut de paiement du demandeur ou de sa banque. En général, la banque confirmatrice est une banque américaine ou de premier rang hors des États-Unis. Cette garantie a un coût et dépend des relations du demandeur avec son établissement bancaire et, au final, de sa solvabilité. La réputation de la banque confirmatrice a également son importance. Le bénéficiaire fait appel à cette banque pour évaluer le risque et réaliser l'opération.

LE RISQUE DE FLUCTUATION DU PRIX

Souvent, les novices en matière de commerce de produits comprennent les risques liés à la fluctuation du prix, mais pas les principes de couverture servant à atténuer le risque. La compréhension de ce mécanisme de couverture vous permet d'être crédible et peut vous éviter de prendre un risque financier important. Dans cette section, nous allons vous présenter globalement comment la couverture peut minimiser le risque de fluctuation du prix. Prenons l'exemple de quelqu'un qui parie sur le résultat d'un tirage à pile ou face. Lorsqu'une pièce est lancée, il y a deux solutions :

1. *La pièce tombe du côté pile.*
2. *La pièce tombe du côté face.*

C'est pareil pour les produits. Il n'y a deux situations possibles. Leur prix peut monter ou descendre. Si vous pariez 1 € avec votre frère que la pièce va tomber côté pile, vous avez pris un risque car elle peut aussi tomber du côté face et vous faire perdre 1 €. De même, si vous achetez un produit, vous vous exposez à un risque car son prix sur le marché pourrait baisser avant que vous ne puissiez le revendre. Dans les deux cas, une simple stratégie de couverture vous permet d'éliminer totalement le risque. Comment Dans l'exemple du tirage à pile ou face, vous avez parié avec votre frère que la pièce tomberait du côté pile. Pour éliminer le risque, vous pouvez parier avec votre sœur que cette même pièce va tomber du côté face. Une fois la pièce lancée, quel que soit le résultat, vous perdez 1 € dans un cas et vous gagnez 1 € dans l'autre. Dans notre exemple, l'acheteur de soja accepte le risque en verrouillant le prix d'achat du produit. Comment éliminer ce risque Tout comme le tirage à pile ou face, il faut « parier » sur le résultat potentiel opposé. En d'autres termes, l'acheteur peut éliminer son risque en verrouillant le prix de vente en même temps que le prix d'achat. Mais comment faire si le travail préparatoire à la vente n'a pas encore abouti C'est là où le CBOT joue un rôle essentiel. Dans le CBOT, il y a toujours des acheteurs et des vendeurs de soja à un moment donné pendant

les heures d'ouverture. Comme tous les prix du soja se basent sur le prix du marché au CBOT, un acheteur peut éliminer le risque de fluctuation du prix en passant un ordre de vente au CBOT en même temps que des achats de produits de soja en vue d'une prochaine livraison. Vous pouvez vous demander comment il est possible de gagner de l'argent sur les fluctuations de prix en couvrant complètement son risque de prix. La réponse est que les opérateurs en couverture ne gagnent pas d'argent sur les fluctuations de prix. De même, il n'y a aucun gain d'argent dans le tirage à pile ou face. Les opérateurs en couverture gagnent de l'argent en valorisant le produit à base de soja. Par exemple, le CPS (concentré de protéine de soja) est valorisé lorsqu'il est transformé en aliments pour l'aquaculture. L'IPS (isolat de protéine de soja) est valorisé lorsqu'il est intégré à une recette de biscuits.

SECTION 6 :

Présentation du marché américain des graines et produits de soja

Un acheteur confirmé prend de meilleures décisions pour son entreprise et gagne en crédibilité auprès du fournisseur. Cela augmente votre chance d'obtenir un devis compétitif. Une compréhension générale du marché américain du soja vous donne une base solide à partir de laquelle prendre des décisions d'achat.

Le marché des protéines de soja est complexe, avec une multitude d'acteurs et d'innombrables variantes de produits disponibles. Par exemple, un isolat pour boissons est différent d'un isolat pour substitution partielle de la viande. En général, le fournisseur vous aidera à trouver le produit de protéine de soja adapté à vos besoins.

Tous les produits à base de soja et les acteurs de ce marché ont un ingrédient clé en commun : les graines de soja. La base commune relie le prix de tous les produits de soja au prix des graines de soja. De plus, les dynamiques d'offre et de demande de chaque produit à base de graines de soja – tourteau, huile brute et IPS (isolat de protéine de soja) – sont toutes interconnectées. Les mouvements de l'une affectent ceux des autres.

Le prix mondial de la plupart des graines de soja, à l'exception des graines bio, fluctue en fonction du prix de ces graines fixé au CBOT (Chicago Board of Trade). Dès que ce prix monte ou descend au CBOT, les prix des produits à base de soja suit. Ceci dit, les ingrédients à base de soja ultra-transformés ou raffinés sont moins impactés que les produits tels que le tourteau et l'huile de soja, car la plupart des coûts de fabrication sont relativement élevés et fixes dans une certaine mesure.

Pour les graines de soja bio, les prix sont moins transparents. Ces graines n'ont pas de bourse organisée qui définit le prix de base et le risque de transfert. Pourtant, leurs prix fluctuent en fonction de l'offre et de la demande, comme les graines de soja conventionnelles. Donc, ils ne varient pas autant et sont plus difficiles à découvrir.

Les graines de soja représentent une excellente source de protéines et d'huile, en raison de leur abondance et de leur prix relativement modique par rapport aux alternatives. Elles constituent la première source de graines oléagineuses et de protéines au monde. De nombreuses autres sources de protéines ont fait leur apparition ces dernières années, mais le soja est bien installé en raison de son prix et de sa qualité. Le soja est une source très nutritive d'azote grâce à son profil en acides aminés et à sa valeur nutritionnelle similaire à la viande.

Les produits à base de protéines de soja sont destinés à l'alimentation humaine, animale et aquicole. Dans la fabrication des produits de protéines de soja, c'est l'huile qui est extraite en premier de la graine de soja entière. Cette huile est utilisée pour différents produits, dont l'huile de cuisson et le biocarburant diesel de soja. La demande de ces produits et les prix qui en résultent auront un impact positif ou négatif sur le prix des protéines de soja.

GRAINES DE SOJA : CYCLE DE PRODUCTION ET GÉNÉTIQUE

Aux États-Unis et dans l'hémisphère nord, les graines de soja sont généralement semées en avril ou en mai, puis récoltées en septembre ou en octobre. Globalement, la météorologie en août est un facteur déterminant dans la qualité et la quantité des graines de soja. L'humidité et les températures douces du mois d'août sont propices au développement de la graine de soja. Les céréaliers sélectionnent la génétique appropriée à leur région de culture. Ils choisissent les graines de soja en fonction des différents groupes de maturité par latitude. Par exemple, une graine de soja productive dans le nord de l'Iowa peut donner des rendements faibles dans le sud de cet État. Les céréaliers s'inquiètent également de la capacité des plants de soja à résister à des maladies comme la pourriture des racines causée par phytophthora, le mildiou ou les insectes comme les pucerons.

De nombreux fermiers choisissent des graines de soja OGM (organismes génétiquement modifiés), surtout pour leur résistance à certains herbicides. Des caractéristiques génétiques modifiées sont « insérées » dans certaines variétés pour obtenir le résultat souhaité. Les exploitants agricoles sont tout à fait prêts à planter des graines de soja OGM si on le leur demande. En revanche, de nombreux céréaliers et usines de transformation ont mis en place des procédures pour préserver l'identité génétique des graines de soja et des produits de soja non OGM. Des certifications tierces sont disponibles. Le Non-GMO Project est une association américaine à but non lucratif, qui vérifie l'absence de tout ingrédient génétiquement modifié dans les aliments. Au final, les céréaliers et les industriels veulent vous fournir le produit que vous souhaitez.

En général, les graines de soja sont récoltées à une humidité de 13 à 14 %. Mais, elles ont tendance à sécher très rapidement dans les champs, et il est souvent difficile pour l'exploitant agricole de contrôler la teneur en humidité. En fait, ce pourcentage d'humidité peut augmenter ou diminuer, y compris dans le champ ! Il peut également varier après la récolte, pendant le stockage, à mesure que la température et l'humidité ambiantes changent. Les graines de soja se transportent facilement avec des vis sans fin ou des tapis roulants. Elles se stockent bien, jusqu'à leur utilisation. De nombreux exploitants utilisent de l'air sans chaleur et des ventilateurs pour conserver les graines de soja en bon état. La chaleur est rarement utilisée. Lorsqu'elle l'est, elle doit avoir une faible température pour éviter de déclencher des incendies ou d'endommager les graines. Si les graines de soja sont stockées pendant un certain temps, leur teneur maximale recommandée en humidité est de 13 %.

PRODUITS À BASE DE SOJA : COMMERCIAUX OU NATURELS

Les techniques de base mises en œuvre dans le processus de fabrication constituent un autre critère de différenciation des produits à base de

soja. Par exemple, les produits obtenus à partir d'huile extraite par solvant et ceux obtenus à partir d'huile extraite par pression. L'hexane est le solvant le plus couramment employé par l'industrie pour extraire l'huile. Obtenu à partir du pétrole, c'est un liquide hautement inflammable, translucide, qui dégage une faible odeur d'essence. Particulièrement efficace, il extrait davantage d'huile avec moins d'énergie que tout processus mécanique. Le reliquat d'hexane après l'extraction d'huile est supprimé de l'huile par un système de vapeur sous vide. Le tourteau est grillé pour retirer toute trace d'hexane. Les produits de soja extraits par hexane sont de loin les plus courants, car c'est le produit le plus proposé par les plus grands producteurs à travers le monde.

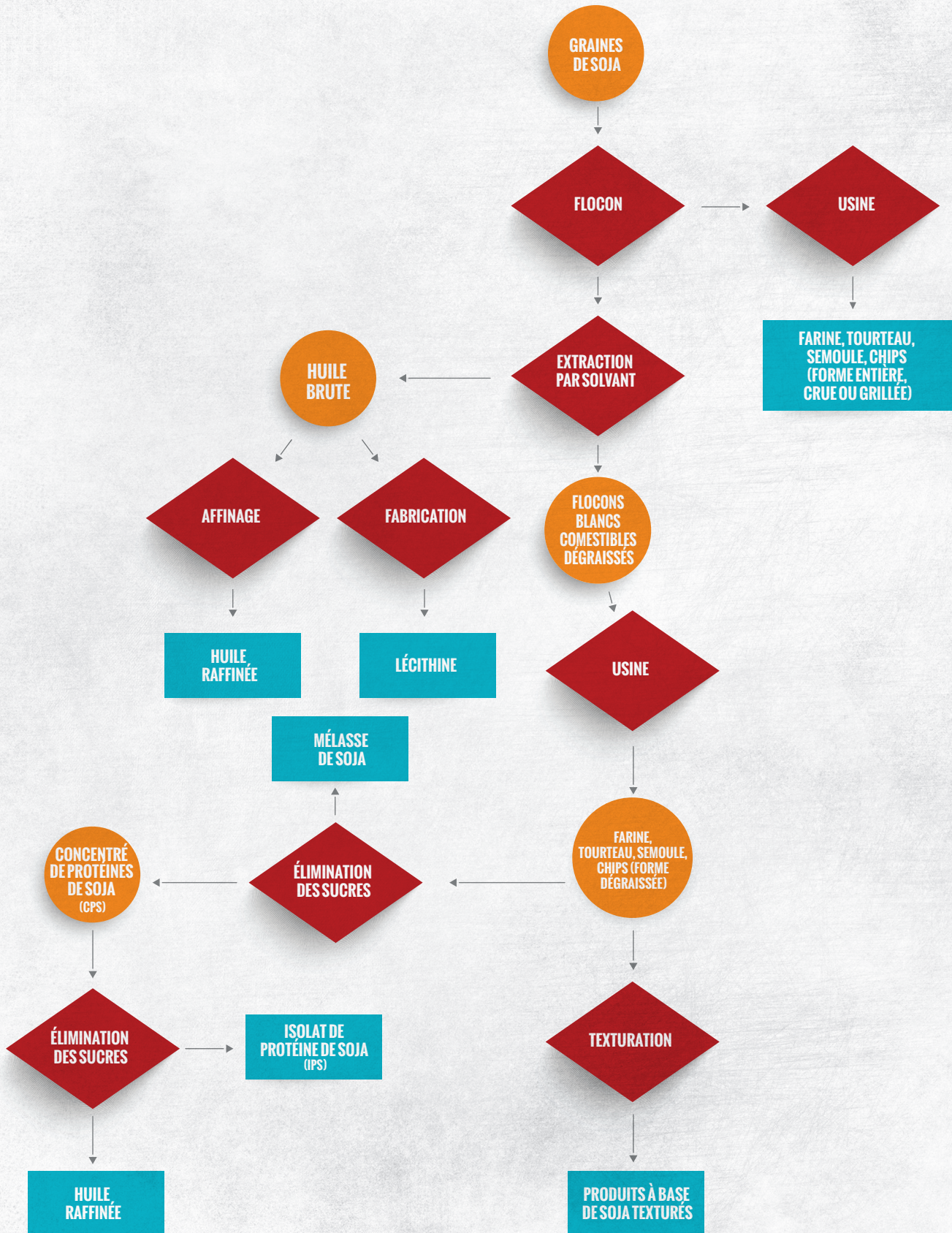
L'extraction d'huile par pression est la technique mécanique sans solvant la plus employée. Elle utilise un système de pression et de chaleur. Décrite comme plus naturelle, elle peut être labellisée Bio. Très énergivore et moins efficace pour éliminer l'huile, elle requiert une maintenance importante. Les produits obtenus après extraction par pression peuvent se comporter différemment des produits extraits par solvant. Leur principale différence tient au fait que leur teneur en huile sera légèrement supérieure. Cependant, cette huile a une valeur nutritionnelle car elle contient de l'énergie et des calories. Les éleveurs, notamment ceux de volaille, sont souvent prêts à payer cher un tourteau contenant de l'huile de soja.

FLUX DE PRODUITS

Les schémas suivants décrivent les produits élémentaires à base de soja et leur mode de production.

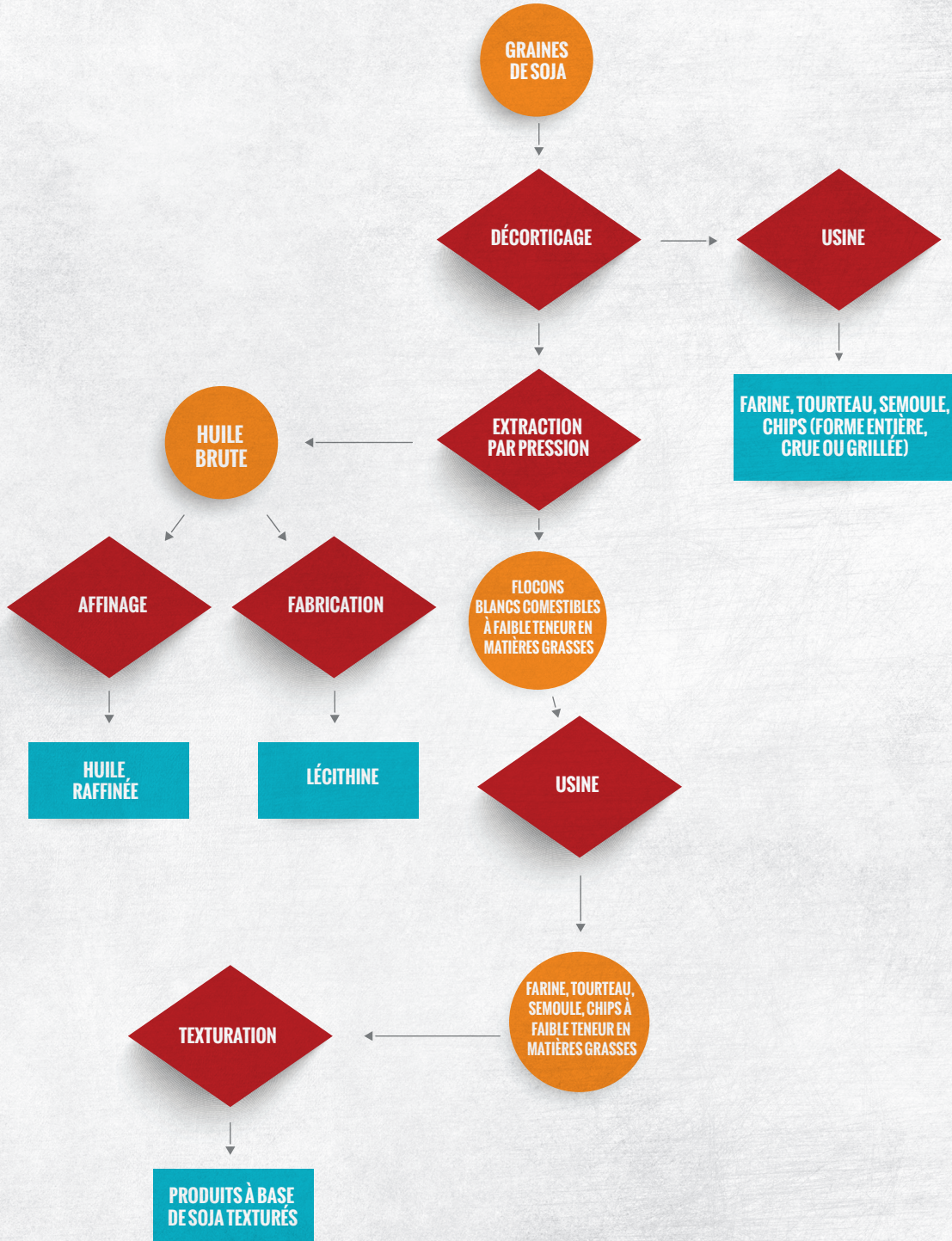
TRANSFORMATION À DES FINS COMMERCIALES

(EXTRACTION À L'HEXANE)



TRAITEMENT NATUREL

(EXTRACTION PAR PRESSION OU ENTIER)



Vous devez avoir remarqué que certains pays n'utilisent pas la même terminologie que vous pour décrire les produits de soja. Par exemple, aux États-Unis, le terme « tourteau de soja » désigne un produit à base de soja contenant au moins 44 % de protéine et souvent pas ou peu d'huile de soja. Mais, d'autres pays emploient le terme « semoule de soja ». Dans vos discussions sur les produits de soja, vérifiez que vous utilisez les bons termes pour éviter les malentendus.

Dans cette section, nous allons décrire les différents types de produits à base de protéine de soja, les caractéristiques de base de chacun d'eux et leurs normes/spécifications types.

TOURTEAU DE SOJA - En général, le tourteau de soja contient 44 ou 48 % de protéine et pas ou peu d'huile de soja. Il est principalement destiné à l'alimentation animale. La différence entre une teneur faible et une teneur élevée en protéines est pratiquement toujours déterminée par la quantité de coques remélangées dans le tourteau. L'une des premières étapes dans la transformation de graines de soja est le décorticage. Pour votre information, la pellicule désigne la membrane qui entoure la graine de soja. (On peut la comparer à la petite peau fine d'une graine d'arachide après l'ouverture de la coque.) Les pellicules contiennent beaucoup de fibres, mais peu de protéines. En général, elles contiennent 10 à 12 % de protéine brute, 36 à 40 % de fibres brutes et 9 à 13 % d'humidité. Une fois retirées, les pellicules sont parfois vendues séparément pour l'alimentation du bétail. Mais, elles sont le plus souvent remélangées dans le tourteau de soja, ce qui diminue la teneur en protéines. Le tourteau de soja à 48 % de protéines n'a que peu ou pas de pellicules. En revanche, le tourteau à 44 % a pratiquement toujours des pellicules.

FARINE ET SEMOULE DE SOJA DÉGRAISSÉES - La farine et la semoule de soja dégraissées contiennent 52 à 54 % de protéines. Applications principales : pâtisserie, alimentation animale, aliments fonctionnels comme les barres nutritionnelles et les boissons énergétiques, applications industrielles et alternatives à la viande.

FARINE DE SOJA TEXTURÉE - La farine de soja texturée contient entre 52 et 54 % de protéines. Applications principales : alternatives à la viande, alimentation animale.

CONCENTRÉ DE PROTÉINES DE SOJA (CPS) - Le CPS contient entre 62 et 69 % de protéines. Applications principales : alternatives à la viande, alimentation animale, applications industrielles, aliments fonctionnels, alternatives aux produits laitiers et boissons.

ISOLAT DE PROTÉINE DE SOJA (IPS) - L'IPS contient entre 86 et 87 % de protéines. Applications principales : alternatives à la viande, applications industrielles, boissons lactières et alternatives, alimentation animale, aliments fonctionnels et pâtisserie.

LÉCITHINE DE SOJA - La lécithine de soja est un produit extrait de l'huile de soja pendant le processus d'affinage. On l'emploie fréquemment comme émulsifiant et, après transformation, comme produit de pâtisserie. Elle est utilisée dans plusieurs friandises, produits laitiers et préparations instantanées. La plupart des chocolats contiennent de la lécithine de soja.

MÉLASSE DE SOJA - La mélasse de soja est un sirop brun visqueux au goût aigre-doux caractéristique. C'est un sous-produit obtenu lorsqu'on élimine le sucre/les hydrates de carbone du soja dégraissé et qui permet d'obtenir du concentré de protéines de soja. On l'utilise comme ingrédient dans les aliments mixtes pour faciliter le pastillage, ajouté au tourteau de soja, mélangé avec des pellicules de soja et utilisé dans les régimes d'alimentation animale liquide.

TYPES DE FOURNISSEURS

Les types de fournisseurs varient considérablement selon le type de produit recherché.

Graines de soja entières - Il existe de nombreuses solutions pour s'approvisionner en graines de soja entières. Vous pouvez faire appel à un exploitant agricole ou à une multinationale céréalière. Comme pour toute transaction, vérifiez que le fournisseur choisi a l'expérience du commerce international et l'expertise suffisante pour réunir les documents requis. Sachez que s'approvisionner en graines de soja directement auprès d'un exploitant agricole ne garantit pas obligatoirement le prix le plus bas ou la meilleure qualité. Très souvent, les céréaliers sont imbriqués dans une économie locale qui peut rendre leurs graines de soja trop chères pour l'exportation. De plus, ils peuvent ne pas pouvoir proposer des coûts de fret intéressants ou des économies d'échelle pour le volume de chargement. En général, les céréaliers sont plutôt réticents à exporter leur propre soja en raison du risque, de la complexité et de la concurrence féroce avec les sociétés qui possèdent l'expérience et l'envergure nécessaires. Ceci dit, les technologies et l'utilisation croissante des conteneurs d'expédition pour exporter des graines de soja ces 15 dernières années ont entraîné l'apparition d'un groupe d'exportateurs de taille plus modeste. Si cette tendance se confirme, des céréaliers américains parmi les plus importants pourraient bientôt se retrouver dans une position où il sera intéressant d'exporter leurs propres graines de soja. Les variétés de soja très spécialisées ou à forte valeur ajoutée permettent plus facilement aux petites entités de rentabiliser leurs exportations.

Huile brute et tourteau de soja produits commercialement - Le nombre de très grandes entreprises capables de fabriquer des produits de soja extraits par solvant est limité. La plupart des gros fournisseurs peuvent proposer ces produits aux acheteurs étrangers. Des sociétés commerciales américaines ou internationales pourraient aussi le faire.

Huile brute et tourteau de soja produits naturellement - Par rapport à la production commerciale, il y a davantage de fournisseurs de produits entiers ou extraits par pression. Leurs capacités à vendre aux acheteurs étrangers sont très variables. Bon nombre d'entre eux ont le niveau de compétence et l'expérience pour exporter des produits. D'autres ne les ont pas. Pour s'approvisionner sur ce marché, vous pouvez faire appel à une société commerciale.

CONCLUSION

Pour s'approvisionner en soja et produits de soja américains, il faut se préparer et connaître les bonnes pratiques commerciales. Voici la liste des choses à faire et à ne pas faire.

À FAIRE :

- Soyez honnête et franc dans les informations que vous fournissez.
- Expliquez aux fournisseurs potentiels comment vous prévoyez d'utiliser le produit. Indiquez-leur ce que vous utilisez aujourd'hui et pourquoi vous voulez vous procurer ce produit en particulier.
- Décrivez votre parcours. Proposez librement des informations sur vous-même et votre entreprise, y compris des informations détaillées d'ordre financier. Assurez-vous que votre fournisseur sait qui vous êtes et, surtout, que vous êtes solvable.
- Formez-vous. Prenez le temps d'apprendre et de comprendre la terminologie de base utilisée dans le secteur du soja.
- Verbalisez votre demande. Soyez prêt à préciser la qualité et le volume de produit que vous recherchez.

À NE PAS FAIRE :

- Évitez de passer pour un « UFO » ou un courtier désinvolte en étant trop vague et trop secret.
- N'attendez pas d'un fournisseur qu'il finance votre opération. Évitez de demander des conditions de crédit. Soyez prêt à payer immédiatement.
- Ne tentez pas d'impressionner un fournisseur en lui faisant miroiter un volume potentiel très au-dessus de vos besoins réels

- Ne demandez pas une qualité extraordinaire impossible à obtenir ou trop onéreuse. Demandez juste ce qu'il vous faut.
- Ne demandez pas un prix à un fournisseur avant d'avoir abordé les autres informations.

Avant tout, restez positif et ne vous découragez pas ! Mettre en place une relation prend du temps. Signer un contrat d'achat peut vous sembler hors de portée, mais beaucoup de vos concurrents à travers le monde font face aux mêmes défis. Persévérez, et vous renforcerez votre avantage concurrentiel sur les autres entreprises qui abandonnent facilement.