

Sommaire

Office de la formation professionnelle
et de la promotion du travail

Direction de la Recherche et Ingénierie de formation



Secteur : **Gestion et Commerce**

Manuel de Cours

M302: Gestion des Documents Commerciaux

Semestre 3

Filière : Assistant Administratif

Option : Commerce

2023-2024



Version provisoire

Technicien

- **Définition des documents commerciaux**
- **Les textes de loi relatifs à l'entreprise**
 - Les objectifs du Droit Commercial
 - Domaine du droit commercial
 - Source du droit commercial
- **Rôle du commercial dans une entreprise**
 - Aspects clés du rôle d'un commercial dans une entreprise

- **Les documents commerciaux**
 - Bon de livraison, bon de réception,
 - Bon de camionnage ou bordereau d'expédition :
 - La facture :
 - La facture proforma

Exercices d'application/Corrigés

- **Le contrat de vente**
 - Les phases de la vente
 - les conditions de formation du contrat de vente
- **Les différents moyens de règlements**
 - Chèque bancaire
 - Le chèque barré
 - Chèque postal
 - Les règlements par carte bancaire :
 - Les règlements par virements

- **Réductions commerciales**
 - Réductions commerciales
 - Réductions financières
- #### **Exercices d'application/Corrigés**

- **les majorations sur facture**

- **les effets de commerce**
 - la lettre de change
 - le billet à ordre

- **Les règlements et les encaissements bancaires**
 - Les règlements en espèces

- Les règlements par chèque
- Mandat-carte

➤ **Guides des Travaux Pratiques**

Définition des documents commerciaux

Les documents commerciaux sont des écrits constatant les opérations effectuées avec un fournisseur ou un client et d'une façon générale avec toute personne en relation d'affaires avec l'entreprise.

Les documents commerciaux constituent l'épine dorsale des transactions économiques au sein des entreprises et des marchés. Ils englobent une vaste gamme de supports écrits qui facilitent la communication, l'enregistrement et la réglementation des activités commerciales.

De la naissance d'une transaction à sa conclusion, en passant par son suivi, les documents commerciaux jouent un rôle crucial dans la gestion des échanges et dans le maintien de la transparence et de la légalité dans le monde des affaires.

Ces documents revêtent différentes formes, allant des contrats formels aux factures, en passant par les devis, les bons de commande, les bons de livraison, les relevés de compte, et bien d'autres.

Chaque type de document commercial a une fonction spécifique et contribue à différentes étapes du processus commercial :

Par exemple, les devis fournissent des informations sur les produits ou services proposés, les factures établissent les obligations de paiement, les bons de commande formalisent les demandes d'achat, et ainsi de suite.

L'utilisation efficace des documents commerciaux nécessite une compréhension approfondie des pratiques commerciales, des réglementations en vigueur et des besoins spécifiques de chaque entreprise. Ces documents servent de preuves tangibles en cas de litige, de références pour le suivi des paiements et des livraisons, et de base pour la prise de décision stratégique.

En somme, les documents commerciaux sont essentiels pour le bon fonctionnement des échanges économiques. Leur précision, leur légalité et leur gestion rigoureuse contribuent à instaurer la confiance entre les parties prenantes, à garantir la conformité aux lois et règlements en vigueur, et à soutenir la croissance durable des entreprises et des marchés.

Rôle du Commercial dans une entreprise

Le rôle du commercial dans une entreprise est essentiel pour sa croissance et sa pérennité. Les commerciaux jouent un rôle crucial en établissant des relations avec les clients, en générant des revenus et en contribuant à la réalisation des objectifs commerciaux de l'entreprise.

Quelques aspects clés du rôle d'un commercial dans une entreprise :

1. Prospection de clients :

- Les commerciaux sont responsables de rechercher activement de nouveaux clients potentiels.

- Ils peuvent utiliser diverses méthodes, telles que le cold calling, le marketing en ligne, les réseaux sociaux, les salons professionnels, etc., pour trouver de nouvelles opportunités commerciales.

2. Établissement de relations :

- Les commerciaux travaillent à établir et à entretenir des relations positives avec les clients.
- Ils doivent comprendre les besoins et les préoccupations des clients pour pouvoir offrir des solutions adaptées.

3. Présentation et négociation :

- Les commerciaux présentent les produits ou les services de l'entreprise aux clients et expliquent comment ces offres peuvent résoudre leurs problèmes ou répondre à leurs besoins.
- Ils négocient les conditions de vente, y compris les prix, les délais de livraison et les modalités de paiement.

4. Génération de revenus :

- L'objectif principal des commerciaux est de générer des revenus pour l'entreprise en concluant des ventes.
- Ils doivent atteindre ou dépasser leurs objectifs de vente pour contribuer à la croissance de l'entreprise.

5. Suivi des ventes :

- Les commerciaux suivent les ventes en cours et s'assurent que les commandes sont traitées correctement.
- Ils peuvent également assurer le suivi des retours ou des problèmes de service après-vente.

6. Collecte d'informations :

- Les commerciaux sont souvent les yeux et les oreilles de l'entreprise sur le terrain. Ils collectent des informations précieuses sur le marché, la concurrence, les tendances et les commentaires des clients, qui peuvent être utilisées pour orienter la stratégie commerciale de l'entreprise.

7. Collaboration interne :

- Les commerciaux travaillent en étroite collaboration avec d'autres départements de l'entreprise, tels que le marketing, la production et le service client, pour s'assurer que les besoins des clients sont satisfaits de manière efficace.

8. Formation continue :

- Les commerciaux doivent se tenir constamment informés des produits ou services de l'entreprise et des évolutions de l'industrie.
- Ils peuvent également bénéficier de formations pour améliorer leurs compétences en vente et en négociation.

9. Rapports et suivi des performances :

- Les commerciaux sont souvent évalués en fonction de leurs performances, ce qui implique de fournir des rapports réguliers sur leurs activités et leurs résultats.

10. Service clientèle :

- Les commerciaux peuvent jouer un rôle clé dans la gestion des problèmes ou des préoccupations des clients, en s'assurant que ces derniers sont satisfaits de leurs achats.

En résumé, le rôle du commercial dans une entreprise est de créer et de maintenir des relations positives avec les clients, de générer des revenus et de contribuer à la croissance de l'entreprise en identifiant de nouvelles opportunités commerciales. C'est un rôle dynamique qui nécessite des compétences en communication, en négociation et en gestion du temps, ainsi qu'une compréhension approfondie des produits ou services de l'entreprise et du marché dans lequel elle opère.

Définition du Droit Commercial

Le Droit Commercial (DC) est la branche privée qui se consacre à l'étude des rapports juridique née de l'activité commerciale, le mot commerce signifie l'activité commerciale, industrielle et la finance "travaux bancaire" la raison d'être de Droit Commercial.

a- Les objectifs du Droit Commercial

- Le Droit Commercial a deux objectifs :

✚ La rapidité de la procédure :

En effet, le droit civil a une longue procédure ce qui nuit les opérations commerciales, il peut provoquer des problèmes à l'activité commerciale, c'est pour cette raison que la procédure du droit commercial (DC) a été créée pour limiter le temps de l'action commerciale.

✚ La protection du commerçant :

C'est un objectif fondamental dans la mesure où il protège l'activité commerciale à travers une procédure simple et rapide qui permet une fluidité dans les opérations commerciales.

b- Domaine du droit commercial

Le Droit Commercial gère trois domaines :

- ✚ Le commerce : proprement dit, c'est à dire, d'achat, la vente, et la gestion du stock
- ✚ L'industrie : c'est à dire la transformation des matières premières en produit fini
- ✚ La finance : ce sont les opérations de banque et de crédit

Cependant certains domaines échappent au DC par une raison ou une autre, il s'agit de l'agriculture, artisanat, l'immobilier, et les professions libérales.

c- Source du Droit Commercial

Le Droit Commercial a trois sources :

- **Les textes généraux** : ce sont les textes qui réglementent les relations commerciales d'une manière générale et uniforme.

- **Les textes spéciaux** : ce sont les textes qui réglementent une relation particulière ou un événement spécial.
- **Les usages** : Se sont les traductions et les relations sociales qui forment par la force des choses des règles qui tiennent lieu de loi.

REMARQUE :

Quatre domaines échappent au droit commercial :

- 1- L'artisanat,
- 2- Profession libérale,
- 3- L'immobilier,
- 4- L'agriculture.

I- Les documents relatifs à l'achat et à la vente :

1-Choix des fournisseurs :

a-Critères d'évaluation :

Traditionnellement, un bon fournisseur doit proposer le produit demandé, dans la qualité spécifiée et les délais impartis. Il a des prix acceptables et réagit de façon souple et diligente à toute modification souhaitée. Au mieux, il prend des initiatives pour améliorer le service ou bien le produit offert, et plus généralement fait siens tous les problèmes de l'entreprise client.

On distingue différents critères qui varient selon l'achat effectué :

Critères classiques :

Au nombre de ces critères, on retrouve principalement :

- La qualité des fournisseurs, généralement observée en suivant la performance obtenue par le fournisseur à l'occasion de contrôles de qualité ; la comparaison du taux de rebuts entre fournisseurs concurrents, ou par rapport à un taux estimé comme acceptable, permet cette évaluation ;
- Le respect des dates de livraison ;
- Le coût d'achat incluant le prix d'achat, conditions de paiement et tous les coûts induits associés (frais d'approche, transport, coût financier du stock, etc.).

Autres critères :

Au nombre de ces critères, on trouve :

- La capacité technique du fournisseur. Il dispose de son propre service d'études et de développement, est connu par sa capacité d'innovation, et se met à la disposition de son client pour essayer de développer avec des applications nouvelles ou améliorer des solutions actuelles ;
- Le service technique d'après-vente ou de maintenance dans le cas de gros équipements ;
- La capacité d'adaptation, relative au degré de souplesse fourni par le fournisseur, et à sa vitesse de réaction face à des problèmes qui lui sont posés ;

- La capacité de production, caractérisée par la qualité de ses équipements, la compétence de ses personnels, l'organisation de sa production et l'efficacité de ses systèmes de contrôle opérationnels ; cette capacité sera critère d'autant plus important que l'entreprise acheteurs représente chez lui une part importante du potentiel de production dans la mesure où la relation avec ce fournisseur doit être suivie, sa capacité financière, sa pérennité et la capacité managérielle de l'équipe dirigeante.

b- Sources d'information:

Définir des critères est un objectif; encore faut-il disposer des sources d'informations permettant de mieux connaître les fournisseurs, autrement qu'en se fondant sa mémoire et son intuition.

Les principaux supports d'informations courant utilisés sont les suivants:

- **Sources d'informations internes** : par enregistrement manuel ou comme sortie d'une application informatisée, les délais de livraison et les taux de qualité peuvent être suivis en temps réel à partir des contrôles de réception.

- **Catalogues** : dans la mesure où ils sont bien conçus et ne se limitent pas à quelques descriptions succinctes agrémentées ou non de photos, les catalogues fournissent des descriptifs détaillés des produits, les codes fournisseurs, les spécifications et tolérances des dits produits, ainsi que des renseignements relatifs aux pièces de rechange. En ce qui concerne les fournisseurs standards, ils comportent des prix, précisent les conditions de paiement et ristournes proposées. Ils fournissent souvent enfin les coordonnées des interlocuteurs à contacter.

- **Publicité** : à interpréter avec soin, elle permet néanmoins lorsqu'elle est descriptive d'informer les acteurs sur des nouveautés.

- **Presse professionnelles** : les journaux professionnels existent dans la majorité des branches industrielles. Ils comportent toujours des articles sur de nouvelles applications, ou de nouveaux produits. Ils organisent en général des tests dont l'honnêteté des résultats est garantie et l'unité souvent réelle.

- **Annuaire professionnels** : Ils enregistrent de façon exhaustive et mise à jour l'ensemble des entreprises appartenant à un secteur économique, et fournissent ainsi un certain nombre de renseignements généraux.

- **Représentants et techniciens** : il s'agit là d'un moyen privilégié de contact avec un fournisseur potentiel. Selon les cas et les entreprises, les contacts peuvent se limiter à des vendeurs technico-commerciaux, ou nécessiteront plusieurs interlocuteurs dans l'entreprise fournisseur.

- **Visites d'entreprises et audits qualité** : assez fréquemment une visite aux fournisseurs se justifie. C'est d'ailleurs l'occasion de mieux apprécier la capacité de production de l'entreprise, la qualité de ses processus de production et de ses modes de programmation, ainsi que la compétence de ses équipes techniques.

Plus généralement, dans les entreprises structurées ayant défini des procédures d'audit qualité des fournisseurs en vue d'homologation produit et de qualification fournisseurs, les audits permettant la constitution d'un fichier de fournisseurs agréés.

Des Echantillons et séries d'essai : ils peuvent être fournis par les fournisseurs afin d'être testés et de permettre une appréciation de la qualité, en vue d'un agrément.

c-Méthode d'évaluation:

Dans un système de sélection de fournisseurs, il s'agit de faire entre les fournisseurs potentiels une première élimination, d'évaluer les fournisseurs restant en lice, et enfin de sélectionner le (ou les) meilleure(s) fournisseur (s) selon l'objectif visé.

Cette phase suppose que soit menée une recherche d'informations préalable ou simultanée, s'appuyant sur les sources déjà vues, ou sur les résultats d'une étude de marché-achat, de demandes de prix ou d'appels d'offre.

Principes généraux :

- Définir les critères sur lesquels les fournisseurs devront être évalués ;
- Définir les poids respectifs qu'on souhaite donner à chacun de ces critères dans la note globale. Ces poids représentent en quelque sorte le compromis idéal que l'acheteur souhaite trouver pour l'achat en question (« fournisseur type »).

Le tableau ci-dessous donne un exemple de pondérations :

Critère	Poids relatifs
Capacité technique	20%
Délais proposés	10%
Capacité à produire	20%
Coût d'achat	15%
Capacité de l'équipe	15%
Capacité d'adaptation	20%
TOTAL	100 %

Ces critères et poids relatifs varieront selon le type d'achat.

Détailler chacun des critères en sous critères (permettant ainsi de mieux les apprécier et donc de mieux noter chaque cas en particulier).

Par exemple :

Critère : capacité à produire : 20 %

Sous critères :

Critère	Poids relatifs
<i>Capacité de production</i>	10%
Personnel	5%
Equipements.....	5%

<i>Systèmes de contrôle</i>	5%
Contrôle qualité.....	2%
Programme/stock.....	3%
<i>Performances passées</i>	5%
Respect quantités.....	2%
Respect qualité.....	3%
TOTAL	20 %

Définir en suite échelle de cotation (ou de satisfaction) qui permettra de noter chaque fournisseur sur fournisseur sur chaque critère.

Par exemple :

1	Mauvais
2	Médiocre
3	Moyen
4	Bon
5	Excellent

Donner ensuite une note à chacun des fournisseurs sur chaque critère ;

Enfin, calculer pour chacun sa note pondérée par critère, puis sa note globale par totalisation, et obtenir enfin le classement recherché.

Outils de travail :

Cette méthode de travail suppose la conception de fiches de notation formalisée par critères, puis récapitulative. (Ceci dans l'hypothèse où un programme informatique n'existe pas, ce qui peut être réalisé aisément par utilisation d'un tableur).

Répartition des responsabilités :

Il existe un risque manifeste d'irrationalité dans les opérations de listage des critères, de pondération des fournisseurs.

Ce risque n'est, ni plus ni moins, celui que prend un acheteur lorsqu'il choisit un fournisseur de « façon intuitive » dans la pratique. Il s'agit essentiellement de la subjectivité des évaluations (principalement sur des critères non quantitatifs), de l'incompétence de certains acheteurs sur certains sujets, et de l'hétérogénéité entre individus si certains fournisseurs sont notés, ou certains critères analysés et pondérés, par des personnes différentes.

Pour ces raisons, on constitue une équipe qui doit prendre en charge l'ensemble de la procédure. Elle doit être constituée par toutes les parties prenantes de l'achat concerné (techniciens utilisateurs, qualitatifs, acheteurs), et peut faire appel au besoin à des experts . Il y a ainsi beaucoup plus de chances que :

Les critères choisis couvrent l'ensemble des points importants ;

Les notations sur chaque point soient les plus objectives possible ;

L'appréciation globale par fournisseur soit la meilleure synthèse d'un grand nombre de critères différents et hétérogènes.

Dans cette équipe, le service achats est de facto partie prenante, étant donné que c'est bien lui qui engage son entreprise. De plus, il est lui-même le mieux placé pour pondérer certains critères et noter les fournisseurs. Il anime enfin l'équipe comme chef de projet responsable du déroulement de ses travaux.

Sélection finale

Au terme de cette évaluation, on dispose d'un classement des fournisseurs : il s'agit de procéder à la sélection. Nous proposons de l'effectuer en deux temps :

- Une première sélection peut être faite par l'équipe. il s'agit d'isoler le groupe de fournisseurs qui conviennent selon la méthode utilisée il est judicieux d'expliquer les raisons du choix dans un document succinct où les préférences pour tel ou tel fournisseur doivent être mises en valeur, y compris leurs avantages et leurs inconvénients.
- Une sélection finale sera ensuite faite par l'ultime décideur, ou un comité de décision Cette deuxième phase dans la décision permet à un (ou plusieurs) homme (s) neuf (s) d'effectuer un ultime choix objectif qui peut ainsi laisser les données factuelles à la précédente équipe et par contre intégrer des éléments stratégiques et politiques à la décision.

Ce découpage de la décision en deux étapes, ainsi que le système même d'évaluation (critères déterminés, notation sur une même échelle), constituent un ensemble « scientifique », reposant sur un certain nombre de données subjectives, mais qui garantit néanmoins une plus grande rigueur dans les choix.

Notons néanmoins que cette méthode suppose que le produit à acheter ait été parfaitement défini, et qu'on dispose des renseignements nécessaires sur les divers fournisseurs.

Pour ces diverses raisons, il faut donc que le choix soit important et le produit concerné stratégique ou de fort enjeu économique pour l'entreprise. Il faut que le coût de la procédure reste faible par rapport au chiffre d'affaires achat en la question : il s'agit donc exclusivement des produits appartenant à la catégorie A. Pour les autres achats, il est tout de même vivement conseillé à l'acheteur, seul à décider, de garder l'esprit de la procédure et d'essayer d'en appliquer les grandes lignes.

Dans certains cas , lorsque les acheteurs ont une grande expérience d'achat , ainsi que la compétence technique requise , la procédure d'évaluation et de sélection des fournisseurs pourra être laissée à leur initiative , et se fonder sur leur intuition et leur appréciation . Chaque cas, chaque situation, doivent donc s'apprécier en termes d'un rapport coût/avantages attendus.

Processus d'évaluation et de Sélection des fournisseurs

Comme on l'a mentionné ci-dessus, avant de passer la commande, on doit choisir les fournisseurs. Ainsi, dans le cas d'un contrat d'achat (marché ferme ou commande ouverte), une fois vérifiée, cette D.A. sera transmise au fournisseur sous forme d'une désignation à l'intérieur du contrat.

Par contre, dans le cas d'un nouvel achat, il y a lieu d'effectuer une évaluation des fournisseurs potentiels et de sélectionner parmi eux.

Cette sélection se déroulera en plusieurs étapes :

- Première classification des fournisseurs possibles,
- Envoi d'un appel d'offres ou d'une consultation auprès de ces divers fournisseurs,
- Négociation,
- Évaluation de ces fournisseurs,
- Sélection finale d'un ou de plusieurs fournisseurs.

Cette étape prévoit en général un appel d'offres. Ceci se fait dans la plupart des entreprises par l'envoi d'un document, appelé consultation ou appel d'offres. Les réponses permettent déjà d'évaluer les divers fournisseurs. Néanmoins, très fréquemment, il sera procédé alors à une négociation dans le but de préciser les propositions et de définir pour l'acheteur le meilleur compromis possible (respect des spécifications, prix, délai, conditions de paiement, etc.).

Cette négociation permet aussi presque toujours d'affiner encore la comparaison entre les fournisseurs, et d'aboutir enfin à une sélection, selon une procédure plus ou moins formelle.

2- Passation de la commande

Au terme de ces étapes, l'acheteur est conduit naturellement à la passation de commande. Cette commande a juridiquement valeur d'un contrat liant les deux parties : il est donc important d'insister sur toute l'attention convient porter à cette étape.

Il faut que cette commande exprime clairement les intentions des deux parties, et qu'elle soit bien sûr valable devant la loi.

Pour cette raison, elle comporte en général les renseignements suivants :

- Nom et adresse de l'entreprise qui commande ;
- Numéro de commande et sa date ;
- Nom et quantités des articles ou fournitures commandés ;
- Prix des articles ;
- Instruction générales (marque des colis, nombre d'exemplaires de la facture, etc.) ;

- Instructions d'expédition (destinataire, mode de transport, itinéraire) ;
- Date de livraison ;
- Conditions de paiement ;
- Escompte ;
- Signature de l'acheteur.

Ces renseignements propres à l'achat concerné sont complétés par les conditions générales d'achat (généralement inscrites au dos du B.C). Ces C.G.A. sont une partie essentielle de la commande puisqu'elles définissent les termes généraux du contrat liant les deux parties.

Dans le cas le plus simple, le B.C. est réalisé en 5 exemplaires :

- Un (l'original) pour le fournisseur ;
- Un second au fournisseur de façon à ce qu'il le renvoie comme accusé de réception (ce qui signifie qu'il fait le nécessaire, et qu'il accepte nos C.G.A. : ce n'est donc qu'à ce moment –là que le contrat est véritablement signé) ;
- Un troisième est retourné au service demandeur ;
- Une copie est transmise au service de réception en vue de lui permettre de planifier sa charge de travail future, et par ailleurs de mieux identifier la livraison ;
- Une dernière copie reste aux achats afin de compléter le dossier d'achat.

Assez souvent, ces exemplaires sont complétés de la façon suivante :

- Un sixième pour la comptabilité, l'informant de l'engagement financier, et permettant ensuite d'effectuer la vérification de facture ;
- Un septième au contrôle de qualité ;
- Un huitième au service des prix de revient ;
- Enfin plusieurs autres afin d'archivage ou de façon à servir ultérieurement comme accusés de réception.

Ces derniers cas sont, bien sûr, le fait d'entreprises fortement organisées et représentent l'organisation dans un système manuel non informatisé.

Dans certains cas, on voit des acheteurs passer commande par téléphone. Il faut insister sur l'importance d'une confirmation écrite, car elle seule a une valeur juridique de contrat protégeant l'acheteur contre tout événement de non-conformité et offrant la possibilité de bénéficier de garanties.

Marchés et commandes ouvertes

Dans tous les cas, il est judicieux d'essayer de réduire le coût d'une commande, et ceci peut se faire en passant le plus possible de marchés et/ou de commande ouvertes.

Une commande ouverte porte en général sur un certain nombre d'articles pour lesquels le fournisseur s'engage à respecter certaines conditions (prix en particulier) sur certain horizon, l'acheteur fournit de son côté une estimation des quantités approvisionnées.

Ensuite des désignations précises, périodique ou non, seront effectuées dans ce cadre (éventuellement par des liaisons directes établies entre services utilisateurs et fournisseurs.) le service achats n'intervient alors qu'en cas de litiges, ou au terme de l'horizon couvert par la commande.

1- Le bon de commande :

La commande est l'engagement de l'acheteur ; elle peut être passée par lettre, mail, verbalement ou par téléphone, mais il est d'usage de la confirmer par écrit.

Très souvent, il est établi un document appelé le **bon de commande**.

Description du bon de commande

- En-tête de l'acheteur ;
- Suscription du vendeur - fournisseur
- Désignation « bon de commande »
- Date et numéro de commande
- Détail de la marchandise commandée
- Conditions de livraison
- Conditions de paiement
- Signature de l'acheteur.

2- Le bulletin de commande

Il comporte les mêmes renseignements que le bon de commande mais il est fourni par le vendeur : il figure à l'entête du vendeur et l'acheteur est désigné en suscription.

On le trouve :

- Dans la vente par correspondance
- Dans la vente par représentant.

Confirmation de commande ;

Lorsque le vendeur reçoit un bon de commande, s'il est d'accord il peut ne rien répondre : il accepte tacitement toutes les clauses.

Parfois, il accuse réception par un document comportant :

- L'entête de vendeur
- Suscription de l'acheteur
- Désignation du document : « Confirmation de commande » ou « accusé de réception de commande ».
- Reprend toutes les mentions du « bon de commande ».

Modèle du Bon de Commande

<p>[Nom de votre société]</p> <p>[Slogan de votre société]</p> <p>[Adresse]</p> <p>[Code postal Ville]</p> <p>Téléphone [(509) 555-0190] Télécopie [(509) 555-0191]</p>	<h3>BON DE COMMANDE</h3>
<p>Le numéro suivant doit apparaître sur toute la correspondance annexe, les papiers de livraison et les factures :</p> <p>NUMÉRO DE BON DE COMMANDE : [100]</p>	

<p>À :</p> <p>[Nom]</p> <p>[Nom de la société]</p> <p>[Adresse]</p> <p>[Code postal Ville]</p> <p>[Téléphone]</p>	<p>Expédier à :</p> <p>[Nom]</p> <p>[Nom de la société]</p> <p>[Adresse]</p> <p>[Code postal Ville]</p> <p>[Téléphone]</p>
--	---

BON DE COMMANDE :		Date	EXPÉDIÉ PAR	FRANCO DÉPART	CONDITIONS	
QTÉ	UNITÉ	DESCRIPTION			PRIX UNITAIRE	TOTAL
		1. Veuillez envoyer deux copies de votre facture.			SOUS-TOTAL	
		2. Entrez cette commande conformément aux tarifs, aux conditions, à la méthode de livraison et aux spécifications répertoriés ci-dessus.			TAXE STANDARD	
		3. Veuillez nous informer immédiatement si vous n'êtes pas en mesure d'expédier la commande telle que spécifiée.			PORT & MANUTENTION	
		Adressez toutes les correspondances à : [Nom] [Adresse] [Code postal Ville] Téléphone [(509) 555-.0190] Télécopie [(509) 555-0191]			AUTRE	
					TOTAL	

3- Bon de livraison, bon de réception, bon de camionnage ou bordereau d'expédition :

A- *Qu'est-ce qu'un bon de livraison ?*

Comme son nom l'indique, **le bon de livraison ou BL est un document rattaché à une livraison**. Établi par le fournisseur et s'adressant à son client, **il prouve que la livraison de la marchandise a effectivement eu lieu et que la marchandise livrée est conforme à la commande préalablement établie**. Précédé d'un bon de commande, le BL accompagne toujours la livraison de la marchandise. Il récapitule toutes les informations liées au contenu même de la livraison. Le fournisseur le remet au client au moment même où la livraison a lieu. En plus de récapituler la commande, le bon de livraison également connu sous l'appellation de bordereau de livraison présente aussi une utilité juridique. Il atteste en effet que le client a bien réceptionné sa marchandise.

1. Quelle est la différence entre un bon de livraison et réception ?

Il est toujours établi en deux exemplaires : un pour le vendeur et un pour l'acheteur. L'exemplaire adressé au fournisseur portera le nom de « bon de livraison » et celui adressé à l'acheteur, le nom de « bon de réception » ou BR. Le BL ou BR n'est pas un document à placer dans le compte de TVA, et ne peut pas par conséquent être utilisé pour générer un paiement. C'est donc l'élaboration d'une facture qui rendra le paiement exigible.

2. Quelles sont les conditions pour qu'un bon de livraison soit valable ?

À noter que la personne qui se charge de la réception de la marchandise est tenue de vérifier que le bon de livraison est conforme au bon de commande. Si les deux documents correspondent, la personne qui réceptionne la marchandise appose sa signature.

Dans le cas contraire, il est tout à fait possible d'émettre une réserve. Le client est alors tenu d'inscrire toute anomalie sur le bon de livraison, qu'il s'agisse d'une erreur sur tout ou partie de la marchandise, d'une marchandise partiellement ou entièrement abîmée, ou d'une livraison incomplète. La signature du BL vaut donc comme une acceptation de la marchandise.

Dans ce cas, le client conserve alors le bon de réception signé. Par contre, un BL non signé ou paraphé par l'acheteur n'a aucune valeur, et ne peut pas être considéré comme une preuve d'une quelconque transaction qui entrera dans le décompte du chiffre d'affaires.

3. Les mentions obligatoires d'un bon de livraison :

À l'instar du bon de commande, le bon de livraison ou de réception doit comporter quelques mentions obligatoires. Il doit notamment fournir des informations relatives à l'identité du

fournisseur, à savoir le nom et la forme sociale de l'entreprise, son numéro RCS et son lieu d'immatriculation, l'adresse de son siège social ainsi que le montant de son capital social. Pour pouvoir être considéré comme preuve de la réception conforme des marchandises dans le portefeuille client, le bon de livraison doit aussi indiquer l'identité et les coordonnées du client. Il doit également préciser le numéro de la commande indiquée dans le bon de commande. Il faut aussi qu'il renseigne la date et le lieu de la livraison. Enfin, le bon de livraison doit préciser la description, la nature et le nombre de chaque produit et/ou service livré ainsi que le nombre total.

B- Qu'est-ce qu'un Bon de Réception ?

Un bon de réception de marchandises est un document important dans toute entreprise qui traite de l'achat et de la vente de marchandises. Un bon de réception est utilisé pour enregistrer et suivre le mouvement des marchandises dans un entrepôt d'un fournisseur à un autre.

Il permet également de s'assurer que tous les articles échangés sont comptabilisés. Un bon de réception de marchandises peut également servir de base au règlement d'éventuels litiges relatifs aux transactions.

Qui l'émet ?

Un reçu de marchandises peut être délivré par l'acheteur ou le vendeur des marchandises. La partie destinataire signe généralement le document pour confirmer qu'elle a reçu les marchandises.

Il est remis au client pour signature.

En cas de désaccord, celui-ci a la possibilité de noter des réserves avant de remettre le document au livreur, afin de sauvegarder ses droits en cas d'avarie ou de manquant.

Les réserves doivent être motivées et confirmées par écrit par lettre recommandée avec avis de réception dans les trois jours ouvrables qui suivent la réception.

La mention « Accepté sous réserves » n'a aucune valeur juridique.

Modèle de bon de livraison

nom de l'expéditeur

adresse

code postal et ville

□ :

□ :

BON DE LIVRAISON N°

Nature de la fourniture et adresse de l'expédition :

Destinataire

Adresse

Code postal et ville

VOS RÉF. Commande n° xxx Date xx/xx/xxxx	BON DE LIVRAISON N° 000412 À ville Le xx/xx/XXXe
NOS RÉF. N° de commande xx xxx	
Poids total xx kg Nombre de colis x	

RÉF.	OBJET DE LA FACTURATION	COLORIS	UNITÉ	QUANTITÉ	OBSERVATIONS

Le bon de camionnage ou bordereau d'expéditions :

Ce document remplace de nos jours à la fois le bon de livraison et le bon de réception. Il a donc les propriétés de ces deux documents. Il est émis en 3 exemplaires et signé par le magasinier (pour attester la quantité, la qualité et la nature des marchandises), par le livreur (pour attester le chargement à bord de tel moyen de transport) et par le client (pour attester la réception). Chacun des signataires ci-dessus reçoit un exemplaire

4- La Facture :

• Définition :

C'est le document que le vendeur établit et adresse à l'acheteur pour lui donner les détails des marchandises vendues et le décompte de leur prix.

• L'Importance de la facture :

Jointe à la marchandise, la facture justifie le montant de la marchandise vendue. Elle rappelle les principales conditions du contrat. De celui-ci découlent les droits et obligations des parties. Parfois, les conditions générales de vente sont imprimées en marge ou au verso de la facture.

L'acheteur peut donc comparer des conditions générales avec celles du bon de commande. Se faisant, la facture peut donc remplacer parfois le bon de livraison et le bon de réception. Dans certains cas, la facture vaut contrat entre les parties, lorsque le client achète directement chez le vendeur, sans bon de commande.

La facture peut servir d'instrument de crédit. La loi autorise son escompte ou son gage par endossement, pourvu que le cessionnaire soit une entreprise bancaire, financière ou commerciale agréée par le fournisseur (second bénéficiaire).

Forme et contenu de la facture :

Il n'y a pas de forme standard de facture commerciale. Chaque entreprise possède pour ses factures des imprimés adaptés à ses besoins spécifiques. Dans tous les cas, la facture comprend deux parties l'en-tête et le corps. L'en-tête comprend :

- Le nom et l'adresse du vendeur et de l'acheteur ;
- Le numéro de la facture ;
- La date de rédaction de la facture ;
- Les conditions de vente (époque, lieu de paiement) ;
- La mention facture ;
- La mention « doit ».

Le corps comprend :

- 1-** La spécification des marchandises : marque, nature, n° de colis, quantité...;
- 2-** Toutes les indications sur le poids (brut, tare, net) et sur le prix (unitaire, total, bonification, net à payer) et sur la date de paiement ;
- 3-** Une communication éventuelle pour modification de conditions générales imprimées ;
- 4-** La contribution sur le chiffre d'affaires (CCA)

- **Les différents types de factures :**

On distingue les factures usuelles des factures spéciales. La facture usuelle ou ordinaire c'est celle qui répond à la définition ci - avant. La facture usuelle est dite :

- Simple : lorsque l'acheteur et le vendeur habitent la même localité et que la vente ne nécessite pas de transport ;

- D'expédition : lorsqu'elle se rapporte sur des marchandises expédiées à l'acheteur par l'intermédiaire d'un transporteur ;

La facture spéciale peut-être : - Une facture de commission : établie par un commissionnaire (compte d'achat ; compte de vente) ;

- Une facture proforma : projet de facture destiné à renseigner l'acheteur éventuel sur le décompte précis de prix net à payer si la vente était conclue) ou à permettre à l'acheteur potentiel de se justifier vis- à- vis de son banquier ;

Une facture à condition ou provisoire : écrit temporaire qui ne devient une facture définitive et ferme que lorsque l'acheteur qui a reçu les marchandises ne les retourne pas au vendeur avant un délai fixé.

Une facture consulaire : facture ordinaire ou d'expédition visée au départ par le consul du pays importateur dans le pays exportateur pour certifier, à l'intention de la douane de ce pays, l'origine et la valeur de base de la marchandise importée.

Une facture protestable : facture entre commerçants, indiquant les modalités et les délais de règlement, aux termes de laquelle un créancier non payé endéans les délais fixés est autorisé à dresser un protêt à charge du débiteur.

Relevé de factures. Le relevé de factures, relevé de compte ou memorandum, est un état récapitulatif des factures non réglées et des notes de crédit relatives à un même client. Il s'établit généralement en fin de périodes (mois, trimestres etc.) et La réduction de prix que le fournisseur accorde sur un relevé de factures s'appelle « ristourne » c.à.d. qu'on l'assimile à une bonification, une remise hors facture, que le fournisseur concède à un bon, client à la fin de la période considérée (trimestre, année...).

Note de crédit (NC) ou facture d'avoir La NC ou facture d'avoir, c'est un écrit émis par le vendeur pour bonifier à un client une réduction sur une facture lui envoyée précédemment. Par exemple, lorsque le vendeur a oublié de calculer une réduction promise (escompte, remise, rabais), a fait une erreur de calcul, reçoit des emballages en retour, etc.

Note de Débit (ND) La note de débit modifie le montant de la facture en faveur du vendeur dans les mêmes conditions que celles vues ci-dessus. C'est donc un complément de facture.

Note de Poids (NP) Certaines marchandises sont expédiées en plusieurs colis ou ballots de poids ou de métrage légèrement différents. Pour ne pas devoir mentionner tous les délais

des poids métrage de colis sur la facture, on ne mentionne dans celle-ci que le poids/ métrage total.

Modèle de facture

TANNERIES REUNIES Routes El Jadida 20700 Casablanca Tél. 0522 34 28 19 RC POI456 987 321 C.C.P Grand Casa 9862 Banque TijarWafae			CLASSEMENT		FACTURE	
			CODE CLIENT	DATE	NUMERO	FEUILLEE
① ADRESSE DE LIVRAISON DE LA MARCHANDISE ②			COMMANDES OFFRE LIVRAISON REPRESENTANT ADRESSE DU DESTINATAIRE DE LA FACTURE ③			
TRANSPORT ORIGINE DESTINATION MODE			LIVRAISON		DATE	
			CONDITIONS			
			PAIEMENT CONDITIONS : ⑩ DOMICILIATION :			
Références	Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant Dh		
				0,00 Dh		
④			⑤	0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
				0,00 Dh		
			⑦	0,00 Dh		
				0,00 Dh		
			Total H.T.	0,00 Dh		
			TVA 20 %	0,00 Dh ⑥		
			Total TTC	0,00 Dh		

En votre aimable règlement

Total TTC

0,00 Dh ⑧

Notez bien :

- Une facture doit est une facture qui mentionne en générale le montant que le client doit au fournisseur, c'est-à-dire la créance du vendeur sur l'acheteur après une opération de vente.



- Une facture avoir est établie dans le cas où le client retournerait au fournisseur une partie ou l'ensemble de marchandise non conforme avec la commande, une réduction commerciale ou financière est accordée après la facture doit le fournisseur doit adresser à son client une nouvelle facture appelée facture « avoir » ou note de crédit.

Lorsque le retour est partiel (une partie de marchandise seulement) la quantité de marchandise retourné subit le même taux de réduction commerciale et financière et taux de TVA qui a figuré sur la facture «doit».

5- La facture proforma

a) Qu'est-ce qu'une facture proforma ?

Une facture proforma est une facture « pour la forme » où le commerçant **s'engage** sur les prix, les conditions de livraisons, les modalités de paiement, bref sur toutes les conditions dans lesquelles il va fournir la marchandise.

Une proforma est donc une offre de prix ferme qui engage le fournisseur. Mais le client ne s'engage que lorsqu'il fait une commande ferme. Il peut d'ailleurs demander des précisions que le fournisseur doit fournir dans une nouvelle proforma.

On demande une proforma pour pouvoir comparer les offres de différents fournisseurs. Une proforma n'engage pas le client à commander à tel ou tel fournisseur.

b) Comment demander une proforma ?

Le client demande une proforma soit verbalement, soit par écrit. Le client doit préciser ce qu'il veut avoir sur la proforma. Exemple : Veuillez me fournir une proforma pour la fourniture de 10 sacs d'engrais 15-15-15 de mélange livré à *** dans les délais les plus brefs et préciser : les délais de livraison, la validité de votre offre, les modalités de paiement.

c) Qu'est-ce qu'il faut demander lorsqu'on demande une proforma ?

On demande **tout ce qu'on veut savoir ou avoir comme qualité ou conditions.**

Les points que l'on demande généralement sont :

- Le prix.
- La qualité du produit
- Le lieu de livraison et la date ou les délais de livraison (pour savoir si le produit est disponible immédiatement ou non).
- Les conditions de paiement (on peut demander si le paiement peut se faire à 15 jours de la livraison par exemple).
- La validité de l'offre (combien de temps cette offre est valable).

Exemple de demande de PROFORMA

A : HYDROCHEM
BP
CASABLANCA
Tél/fax :

De : Fédération des producteurs
CHAOUIA TADLA
BP 1234
SETTAT

Objet : demande de proforma

Casablanca, le 18 mars 200X

Messieurs,

Je vous prie de bien vouloir nous fournir une proforma pour les produits suivants CAF¹ à Casablanca :

Désignation	Conditionnement	Unité	Quantité
Engrais DAP	Sac de 50 kg	Tonne	92,5
Engrais Urée	Sac de 50 kg	Tonne	50.0
Engrais 15-15-15	Sac de 50 kg	Tonne	100
Engrais TSP	Sac de 50 kg	Tonne	5.0
Fongicide	Sachet	Sachet	10.0
Décis ULV	Conditionnement	Litres	100.0
Appareil ULV	Unités	Unité	10.0

Je vous prie de bien vouloir spécifier sur votre proforma

- les délais de livraison (à partir de la commande) ;
- la validité de l'offre ;
- les conditions de paiement en tenant compte que nous souhaitons payer une fois la livraison effectuée ;
- les caractéristiques des produits offerts par vous en particulier :
 - le type d'engrais 15-15-15 : mélange ou complexe ;
 - le type de fongicide et précisions sur son conditionnement ;
 - la description des appareils ULV ;
 - les dates de péremption des produits phytosanitaires.

En vous remerciant d'avance, nous vous prions de croire, messieurs, à l'expression de nos sentiments distingués.

M. le Président de la fédération
CHAOUIA TADLA.

Modèle de facture Pro-Forma

Raison sociale de l'exportateur (vendeur):	Date d'expédition :..... N° de connaissance :..... Incoterm 2000 :..... Port de chargement :..... Port de destination :.....				
FACTURE PRO FORMA N° Date : Bon de commande N° :	Raison sociale de l'importateur (acheteur):				
N° Réf	Description des biens	Quantité	Poids	Prix unitaire	Montant total
.....	Description générique des biens fournis Dh H.T.
référence des articles (en chiffre et en lettres) Destination Finale.....
Colisage : (ex: chargement en conteneurs, assurance Transport).....					
Païement : (exemple : Acompte de ...% à la commande soit (Dh.....), solde de ...% soit par crédit documentaire irrévocable, payable à 30 jours de la date d'expédition, ouvert par votre banque à notre bénéfice, auprès de notre banque : CREDIT AGRICOLE, Telex N°....., adresse SWIFT AGRIFRPP...).					
Date limite d'expédition : (exemple : ... jours après réception de la notification d'ouverture de votre crédit documentaire irrévocable).					
Expéditions partielles : (exemple : Autorisées) (exemple : Interdites)					
Moyen de transport : (exemple : par route de (France) à tout port européen, par mer de port européen à(port de destination)					
Documents requis : (exemple : Factures commerciales signées et tamponnées en 4 exemplaires, liste de colisage, jeu complet de connaissance maritime "clean on bord" à l'ordre de (nom de l'acheteur ou de sa banque), endossé en blanc, marqué fret prépayé. Certificat d'assurance couvrant la valeur C.I.F. des matériels + 10%)					
Conditions spéciales : Votre commande ne sera définitivement confirmée qu'après notification de l'ouverture effective de votre crédit documentaire irrévocable, conforme aux termes et conditions de la présente facture pro forma, ou à réception des modifications que nous aurions demandées, dans le cas où les conditions d'émission du crédit documentaire ne seraient pas intégralement conformes aux termes et conditions de la présente facture pro forma.					

II- LE CONTRAT DE VENTE

1. Définition

La vente est un contrat par lequel une personne, le vendeur, s'engage à transmettre la propriété d'une chose à une autre personne, l'acheteur, qui s'engage à en payer le prix. La vente est commerciale lorsqu'elle fait suite à un achat en vue de revendre en vue de réaliser un bénéfice. L'achat isolé en vue de la revente ou de la location est commercial. La revente isolée de telles marchandises qui en est la conséquence logique, est également une opération commerciale. Mais dans tous les cas ces transactions ne constituent des actes de commerce que dans la mesure où leurs auteurs en font leurs professions habituelles ou à titre d'appoint."

2. Phases de la vente

La vente comprend deux phases : la négociation et la conclusion.

A- Négociation : C'est la discussion entre celui qui désire vendre et celui qui désire acheter. La Négociation peut se faire verbalement ou par écrit. Elle peut se faire aussi directement entre acheteur et vendeur ou indirectement (par intermédiaire d'un courtier ou d'un commissionnaire).

L'offre du vendeur peut être stipulée « ferme » ou « sauf vente ».

Dans une offre ferme ou inconditionnelle, le vendeur s'engage à fournir l'article qu'il vend aux conditions qu'il énumère en termes clairs et précis, pourvu que l'acheteur les accepte avant un délai fixé. Toute contreproposition dégage le vendeur de toute obligation relative à cette offre, même avant l'expiration de ce délai.

Dans une offre sauf vente, ou conditionnelle ou sans engagement, le vendeur se réserve le droit de retirer son offre ou de refuser la commande de l'acheteur après un certain délai ou lorsque d'autres circonstances l'y contraignent. Parfois, l'initiative de la négociation peut émaner de l'acheteur. Celui-ci peut formuler une demande de prix, d'échantillon, de présentation de la marchandise ou de rencontrer le vendeur. S'il est d'accord avec les conditions de celui-ci, il passe une commande. La vente se réalise/si le vendeur accepte cette commande.

B- Conclusion

Comme la négociation, l'accord des parties peut être oral ou écrit. Lorsqu'il est écrit on le matérialise dans un arrêté, un contrat ou une lettre contrat qui reprend toutes les conditions de vente. L'arrêté est rédigé par un courtier qui en conserve l'original et en donne une copie à chacune des parties.

Le contrat de vente rédigé par les parties ou par un intermédiaire, contient un peu plus de clauses que l'arrêté, s'il porte sur un immeuble, c'est le notaire qui l'établit, mais il porte en plus de la signature de celui-ci, celle des parties (acheteur et vendeur). La lettre-contrat est rédigée par le vendeur pour confirmer à l'acheteur la vente et ses conditions, lorsque le contrat entre les parties s'est fait par correspondance. L'acheteur donne son accord par un accusé de réception au vendeur.

3- Quelles sont les conditions de formation du contrat de vente ?

Le contrat de vente est soumis aux **conditions générales** de formation des contrats. Il faut :

- **le consentement** des deux parties. Il doit être **libre et éclairé** c'est-à-dire exempt de vices (erreur, tromperie, violence).
- Les parties au contrat doivent avoir la **capacité** de contracter.
- **L'objet** ou la prestation promise doit **exister**, être dans le commerce (sont hors commerce les organes humains, les choses contraires à l'ordre public) et appartenir au vendeur.
- **Le prix** doit être **déterminé**, stipulé en monnaie réel, **sérieux et licite**.
- **La cause** ou le mobile d'achat qui inspire chacune des parties doit **exister** et être **licite**.

Le contrat de vente comporte :

L'accord sur :

- La chose (prix, qualité, quantité)
- Le délai et le mode de livraison
- Le délai et le mode de paiement

L'accord entre :

LE VENDEUR

Et

L'ACHETEUR

Offre

Accepte

↓
Livre la chose
Encaisse

LES OBLIGATIONS

↓
Réceptionne
Paie le prix

Modèle de contrat de vente

Entre les soussignés :

Monsieur **XX** (nom, prénoms, profession)

Demeurant à **XX**,

Ci-après dénommé “ le vendeur ”

D’une part ;

Et,

Monsieur **XX** (nom, prénoms, profession)

Demeurant à **XX**,

Ci-après dénommé “ l’acquéreur ”

D’autre part.

Il a été convenu ce qui suit :

Par les présentes, le vendeur vend, sous les garanties ordinaires et de droit en pareille matière, à l’acquéreur, qui accepte, les marchandises ci-après désignées.

Désignation des marchandises :

Les marchandises, objet de la présente vente, consistent en : (établir la désignation précise des marchandises)

-
-
-
-

Prix :

La présente vente a lieu moyennant le prix principal de **XXX** Dh.

Lequel prix l’acquéreur a, à l’instant payé comptant par chèque n°**XX**, émis sur **XX**, au vendeur, qui le reconnaît et lui consent bonne et valable quittance.

Livraison :

L’acheteur prend possession immédiate des marchandises vendues.

Clause attributive de compétence :

Tous les litiges auxquels le présent contrat pourra donner lieu, tant pour sa validité que pour son interprétation, son exécution et sa résiliation, seront de la compétence du Tribunal de commerce de **XX** à qui les parties déclarent faire attribution de compétence.

Fait et signé à **XX**

Le **XX**

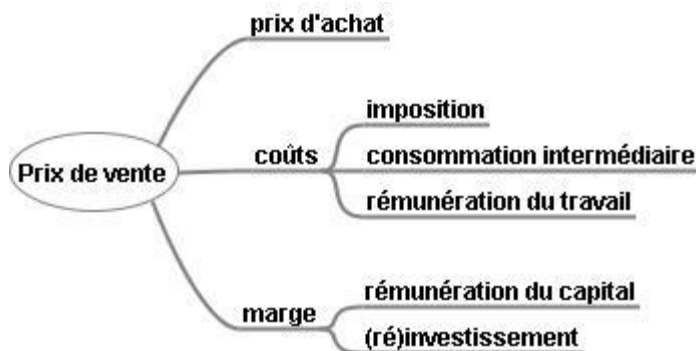
Signatures précédées de la mention manuscrite : “ lu et approuvé ”, pour le vendeur : “ bon pour quittance ”

4- Le prix de vente

Dans une entreprise commerciale, le commerçant achète un produit à un fournisseur (le Prix d'achat) et le revend au consommateur final (le Prix de Vente toutes taxes comprises). Entre ces deux prix, différentes opérations ont été effectuées.

a- Elément du prix de vente :

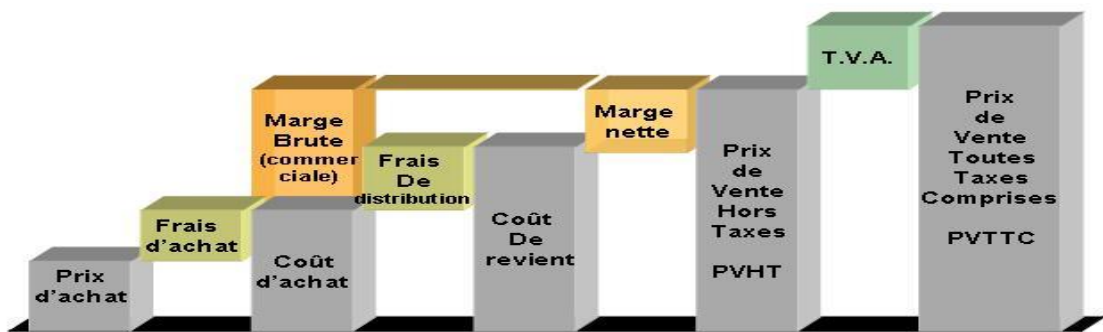
Le « prix de vente » d'un produit fixé par un acteur économique doit permettre à celui-ci la rétribution de son travail, la reconduction de son activité et d'honorer ses engagements et ses obligations... bref d'honorer financièrement l'activité effectuée.



On distingue généralement trois composantes du prix de vente : le prix d'achat lié au règlement des fournisseurs, les coûts qui représentent l'ensemble des dépenses de fonctionnement nécessaire à l'activité et la marge qui doit permettre à la fois de rémunérer le capital si nécessaire mais surtout les investissements indispensables pour la poursuite de l'activité.

L'analyse que l'on peut faire du prix de vente et de sa capacité à faire vivre de son travail l'acteur économique et les différents partenaires (fournisseurs, prestataires...) nécessite de comprendre comment s'effectue la répartition entre les différents éléments du prix de vente et quelle en est la raison.

b- Le schéma de la constitution du prix de vente :



5- Analyse des composantes du prix de vente :

a- Le prix d'achat

C'est le prix que le commerce achète le produit à son fournisseur. Ce prix ne tient pas compte des différents frais. **Il est toujours exprimé hors-taxes (H.T.)**. Vous disposez de la facture d'achat :

Le comptoir de l'électroménager SA					
220 Bd Ibn Tachfine- casablanca					
Image et son					
Bd 2 mars					
Facture N° 1236 du 25 novembre 2022					
Références	Prix brut unitaire HT en Dh	Remise 10% en Dh	Prix unitaire Net en Dh	Quantité	Montant HT En Dh
Télévision ThomsonVision 36 cm	5000,00	500,00	4500,00	150	675 000,00
	Total HT :				675 000, 00
	TVA 20 %				?
	Total TTC :				?

a- Quel est le prix d'achat unitaire des télévisions ?.....

b- Quel est le montant total des achats de M. IBRAHIM pour les télévisions THomsonVision ?

CORRIGE :

- 1- Montant HT pour chaque télévision : Prix brut unitaire HT : 5000 Dh Remise 10% : 5000 Dh * 0,10 = 500 Dh Prix unitaire net : 5000 Dh - 500 Dh = 4500 Dh Montant HT pour 150 télévisions : 150 * 4500 Dh = 675,000 Dh
- 2- Total HT : Total HT = Montant HT pour 150 télévisions = 675,000 Dh
- 3- Calcul de la TVA : TVA 20% = 20% * Total HT = 0,20 * 675,000 Dh = 135,000 Dh
- 4- Calcul du Total TTC : Total TTC = Total HT + TVA = 675,000 Dh + 135,000 Dh = 810,000 Dh

Donc, la TVA s'élève à 135,000 Dh et le montant total TTC est de 810,000 Dh pour la facture N° 1236 du 25 novembre 2022.

b- Le coût d'achat

C'est le coût des produits en tenant compte des frais d'achat.

$$\text{Coût d'achat} = \text{prix d'achat} + \text{frais d'achat}$$

a/ Calculez le coût d'achat unitaire d'un téléviseur Thomson Vision :
.....

b/ Calculez le coût d'achat total des télévisions Thomson Vision :
.....

c- Les frais / coûts de distribution

Ce sont tous les frais qui ont été engagé par le commerçant pour vendre les produits. Il peut s'agir

- de la publicité
- des frais de livraisons
- des salaires et des commissions des vendeurs
- etc

Afin d'annoncer la promotion, M. IBRAHIM a envoyé des prospectus dans une bonne partie de sa zone de chalandise. Les frais de publicité sont évalués à 700 Dh. Dans ces prospectus, il promet une livraison et une installation gratuite du poste de télévision.

Ces frais sont estimés à 30 Dh par poste. Dans l'hypothèse ou tous les clients vont demander la livraison et l'installation gratuite :

a- Calculer le montant total des frais de distribution des télévisions ?

.....

b- Calculer le montant des frais de distribution pour une télévision ?

.....

d- Le coût de revient

C'est le coût total supporté par le commerçant compte tenu de tous les frais (frais d'achat et frais de distribution).

$$\text{Coût de revient} = \text{coût d'achat} + \text{frais de distribution}$$

a/ Calculez le coût de revient unitaire d'une télévision Visio de Brandt :

.....

b/ Calculez le coût de revient total des télévision Visio de Brandt :

.....

e- La marge brute ou marge commerciale

La marge brute correspond à la somme d'argent gagnée par le commerçant. C'est la différence entre le coût d'achat et le prix de vente hors taxes.

$$\text{Marge Brute} = \text{Prix de vente HT} - \text{coût d'achat}$$

Afin d'organiser une promotion attractive, M. IBRAHIM décide de vendre chaque télévision à un prix HT assez bas à savoir 116,22 Dh

a/ Calculer la Marge brute unitaire des télévisions ?

.....

b/ Calculer le montant total de la marge brute réalisée par M. IBRAHIM s'il vend toutes les télévisions ?

.....

f- La marge nette

La marge nette correspond à la somme d'argent **réellement** gagnée par le commerçant compte tenu de tous les frais. C'est la différence entre le coût de revient et le prix de vente hors taxes.

$$\text{Marge Nette} = \text{Prix de vente HT} - \text{coût de revient}$$

g- Le prix de vente Hors Taxes (PVHT), la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) et le prix de vente Toutes Taxes comprises (PVTTC).

- **Le prix de vente Hors Taxes**

Le prix de vente Hors-Taxes (PVHT) est le prix vendu au client sans tenir compte de la T.V.A. Quand on parle du prix de vente Hors Taxes de plusieurs produits, on utilise l'expression **Chiffre d'affaires hors taxes ou toutes taxes comprises** (prix de vente unitaire HT ou TTC x quantités vendues)

a/ *Calculez le chiffre d'affaires Hors-taxes de M. IBRAHIM s'il vend toutes les télévisions*
.....

- **La TVA (à illustrer en détail dans le chapitre suivant)**

C'est un pourcentage du prix de vente HT :

$$\text{TVA} = \text{Prix de vente ht} * \text{Taux de TVA}$$

- **Le prix de vente toutes Taxes comprises**
- **C'est le net à payer :**

$$\text{Prix de vente TTC} = \text{Prix de vente HT} + \text{TVA}$$

- **Le prix magique et le prix d'appel**

- **Le prix magique ou prix rompu**

Vendre un produit 199 dh plutôt que 200 dh : c'est un prix magique. En effet, même si la différence est minime, le client aura l'impression que le commerçant a fait un effort particulier pour baisser les prix

- **Le prix d'appel**

L'objectif est d'attirer le client avec UN prix particulièrement bas. Le commerçant baisse la marge de ce prix pour attirer le client. Il fait souvent de la publicité pour annoncer ce prix bas aux clients. Quand le client est dans le magasin (attiré par ce prix), le commerçant s'efforce de lui vendre en plus d'autres produits au prix fort afin de compenser la perte de marge du produit d'appel.

La grande distribution utilise souvent cette méthode pour attirer les clients. Quand les clients sont dans le magasin spécialement pour un prix bas, ils font le reste de leurs courses et le magasin compense ainsi la perte de marge du prix d'appel.

Schéma Général :

- **Méthode :**

Prix d'Achat Brut H.T.

Net Commercial	Remise
----------------	--------

Net Financier	Escompte
---------------	----------

Net Financier	Frais d'Achat
---------------	---------------

Coût d'Achat	Marge Brute
--------------	-------------

Prix de Vente Hors Taxe	T.V.A.
-------------------------	--------

Prix de Vente T.T.C.

III Réductions commerciales

Les réductions commerciales figurent sur la facture et comprennent aussi bien les réductions commerciales et les réductions financières

A- Réductions commerciales

Elles sont accordées aux clients pour des raisons strictement liés à la vente, elles sont au nombre de trois : **le rabais, la remise et la ristourne.**

a- Le rabais

Un rabais est une réduction ou une déduction du prix normal d'un produit ou d'un service. Les rabais sont souvent utilisés dans le commerce de détail pour attirer les clients, stimuler les ventes ou écouler des stocks excédentaires. Les rabais peuvent prendre différentes formes, telles que des pourcentages de réduction, des prix réduits fixes, des offres d'achat groupé, des soldes, des promotions temporaires...etc.

Les rabais peuvent être offerts pour diverses raisons, notamment :

1. ***Ventes promotionnelles*** : Les magasins offrent souvent des rabais pendant les périodes de soldes saisonnières, comme les soldes d'été ou d'hiver, pour encourager les clients à acheter davantage.
2. ***Écoulement des stocks*** : Lorsque les magasins ont des stocks excédentaires ou des produits qui ne se vendent pas bien, ils peuvent proposer des rabais pour inciter les clients à les acheter.
3. ***Fidélisation de la clientèle*** : Les programmes de fidélité offrent parfois des rabais aux clients réguliers pour les encourager à revenir faire des achats.
4. ***Événements spéciaux*** : Les occasions spéciales comme les anniversaires, les jours fériés ou les événements particuliers peuvent être des moments où des rabais sont offerts pour célébrer ou attirer les clients.
5. ***Nouveaux clients*** : Les entreprises peuvent proposer des rabais aux nouveaux clients pour les inciter à essayer leurs produits ou services.
6. ***Achats groupés*** : Les rabais peuvent être offerts aux clients qui achètent plusieurs produits ou services en même temps.

b- La remise

Dans le contexte économique et commercial, une remise fait référence à une réduction ou une déduction accordée sur le prix d'un produit ou d'un service. Elle vise généralement à inciter les clients à effectuer un achat en offrant une réduction par rapport au prix initial.

Les remises peuvent prendre plusieurs formes, telles que des réductions en pourcentage, des montants fixes en moins sur le prix, des offres d'achat groupé, des promotions spéciales...etc.

Les remises sont souvent utilisées comme stratégie de marketing pour stimuler les ventes, écouler des stocks, attirer de nouveaux clients ou récompenser la fidélité des clients existants.

Les remises sont souvent accordées en fonction de conditions particulières associées à une transaction ou à une commande spécifique.

c- La ristourne

Une ristourne accordée par un fournisseur à son client est une réduction ou un remboursement partiel du coût des produits ou des services fournis. Cette réduction est généralement établie en fonction du volume d'achats réalisé par le client sur une période donnée. Les ristournes sont souvent utilisées dans le cadre de relations commerciales à long terme entre un fournisseur et ses clients, notamment dans les secteurs où les volumes d'achat sont importants, comme l'industrie, la distribution en gros, ou les achats en gros.

Les caractéristiques principales des ristournes fournisseur-client sont les suivantes :

- Basées sur le volume : Les ristournes sont généralement proportionnelles au volume total des achats réalisés par le client auprès du fournisseur. Plus le client achète en grande quantité, plus la ristourne est importante.
- Accordées périodiquement : Les ristournes sont souvent calculées sur une base périodique, comme mensuelle, trimestrielle ou annuelle. Le client peut recevoir un remboursement ou une réduction sur la base de ses achats cumulés pendant cette période
- Favorisent la fidélité : Les ristournes sont un moyen pour les fournisseurs de fidéliser leurs clients en les incitant à effectuer des achats réguliers et importants. Cela peut encourager le client à maintenir sa relation commerciale avec le fournisseur.
- Peuvent être négociées : Les modalités des ristournes, y compris les pourcentages ou les montants spécifiques, sont souvent négociées entre le fournisseur et le client. Ces négociations dépendent de divers facteurs, notamment la taille du client, la fréquence des achats et la concurrence sur le marché.
- Peuvent varier : Les ristournes peuvent varier en fonction de la catégorie de produits ou de services achetés, du moment de l'achat ou d'autres facteurs convenus entre le fournisseur et le client.

Les ristournes sont un élément important dans la gestion des relations entre fournisseurs et clients, car elles peuvent influencer les décisions d'achat et contribuer à la rentabilité des deux parties. Cependant,

elles doivent être gérées avec soin pour éviter les abus et garantir qu'elles profitent mutuellement aux entreprises impliquées dans la transaction commerciale.

APPLICATION 1

Exemple 1 :

Le 25/01/2022 Brahim reçoit la facture n°az85/01 de la société AVON concernant un achat de 4520 Dh et bénéficiant d'un rabais de 120 Dh et d'une remise de 10%. Le règlement se fera en crédit le 30/06/2022.

Corrigé

Facture n°az85/01		
Brut HT		4520,00
Rabais	-	120,00
Net commercial 1		4400,00
Remise 10%	-	440,00
Net commercial 2		3960,00

Le "Net commercial" généralement se réfère au montant final à payer après avoir appliqué tous les rabais et remises sur le prix initial. Dans ce cas, vous avez un achat de 4520 Dh avec un rabais de 120 Dh et une remise de 10 %. Voici comment vous pouvez calculer le "Net commercial" :

1. Calcul du montant après le rabais :
Montant après rabais = Montant initial - Rabais
Montant après rabais = 4520 Dh - 120 Dh
Montant après rabais = 4400 Dh
2. Calcul du montant après la remise :
Montant après remise = Montant après rabais - (Montant après rabais * Remise)
Montant après remise = 4400 Dh - (4400 Dh * 0.10)
Montant après remise = 4400 Dh - 440 Dh
Montant après remise = 3960 Dh

Donc, le "Net commercial" dans ce cas est de 3960 Dh. C'est le montant final que Brahim devrait payer après avoir appliqué le rabais de 120 Dh et la remise de 10 %.

Règle importante :

Les réductions commerciales ne doivent jamais être additionnées ou groupées. Elles sont calculées en cascade.

L'ordre dans le calcul est important : les réductions commerciales en premier puis les réductions financières en second.

B- Réductions financières

Une réduction à caractère financier peut aussi être accordée au client appelé : **ESCOMPTE**.

A la différence des réductions commerciales, celui-ci est lié aux conditions de règlement de la facture.

Ainsi l'escompte de règlement est une réduction accordée au client qui paie comptant ou dans les délais convenus.

L'escompte de règlement est calculé par le fournisseur et vient en déduction du montant brut HT ou du net commercial

APPLICATION 2

Le 10/2/2022, facture N°M6 adressée par 'outils Maroc' à son client Tours et fraisage comporte les éléments suivants :

Brut 10000, remise 5%, rabais 1% ; escompte 2%

Qui est le client ?.....

Qui est le fournisseur ?.....

Quel est le montant brut ?.....

Quel est le montant de la remise ?.....

Quel est le montant du rabais ?.....

Quel est le montant du net commercial ?.....

Quel le montant de l'escompte ?.....

Quel est le montant du net financier ?.....

Corrigé

1. Qui est le client ? Le client est "Tours et Fraisage".
2. Qui est le fournisseur ? Le fournisseur est "Outils Maroc".
3. Quel est le montant brut ? Le montant brut est de 10 000 unités monétaires
4. Quel est le montant de la remise ? La remise est de 5% sur le montant brut.
Calcul : $10,000 * 0.05 = 500$ unités monétaires.
5. Quel est le montant du rabais ? Le rabais est de 1% sur le montant brut.
6. Calcul : $10,000 * 0.01 = 100$ unités monétaires.

7. Quel est le montant du net commercial ? Le montant du net commercial est calculé en soustrayant la remise et le rabais du montant brut : $10,000 - 500 - 100 = 9,400$ unités monétaires.
8. Quel est le montant de l'escompte ? L'escompte est de 2% sur le montant net commercial. Calcul : $9,400 * 0.02 = 188$ unités monétaires.
9. Quel est le montant du net financier ? Le montant du net financier est calculé en soustrayant l'escompte du montant net commercial : $9,400 - 188 = 9,212$ unités monétaires.

Application 3 :

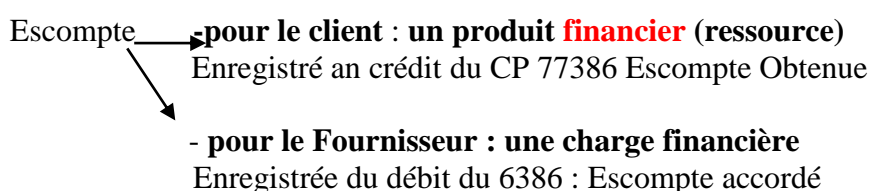
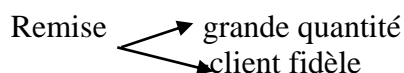
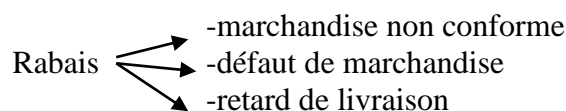
Le 15/05/2022, HAMDANI reçoit de son fournisseur CHAMI la facture N° R-118 à un lot de matières premières (biens produits par CHAMI)

-Montant brut	7500,00
-Remise	10%
-Escompte	05%

Mode de règlement : En espèces

TRAVAIL A FAIRE : Etablir cette facture

Réductions :



LES MAJORATIONS SUR FACTURE

Contrairement aux réductions, certains éléments viennent s'ajouter au montant net de la facture c'est ce qu'on appelle les majorations sur facture.

Les majorations désignent les éléments qui s'ajoutent au montant de la facture. Elles sont de trois types :

- La T.V.A ;
- Les emballages récupérables consignés.
- Les frais de port ;

A- la taxe sur la valeur ajoutée (T.V.A) :

La TVA est un impôt global, elle frappe les biens et les services vendus au Maroc quel que soit leur origine (marocaine ou étrangère). En revanche elle n'est pas perçue sur les produits exportés (elle permet ainsi de réaliser la neutralité fiscale au niveau des transactions internationales).

C'est une taxe indirecte de consommation supportée en définitive par le consommateur final : son montant doit être reversé au percepteur sous déduction de la taxe que l'entreprise supporte elle même à travers les factures reçues des fournisseurs. Ainsi on dit que la TVA est récupérable et ne constitue nullement une charge

a. Principe de la TVA

La taxe sur la valeur ajoutée (T.V.A) ne constitue ni une charge, ni un produit pour l'entreprise assujettie.

Elle est collectée par l'entreprise qui la facture aux clients à l'occasion de chaque opération imposable réalisée. Son montant doit être reversé au percepteur sous déduction de la taxe que l'entreprise a du supporter elle même à travers les factures retenues des fournisseurs.

La Taxe sur la valeur ajoutée est un impôt indirect qui s'applique sur tous les biens et les services vendu. **C'est un taux (pourcentage) du Prix de vente HT.** La loi impose l'affichage des prix TTC. Même si le commerçant touche de la part du client le prix TTC, la TVA ne lui appartient pas.

- Montant TVA = Montant HT * taux de TVA
- Montant TTC = Montant HT + Montant TVA
- Montant hors taxe = Montant TTC / (1+T)

C'est un impôt. Il doit la rendre à l'état. Il existe différents taux de TVA qui varient en fonction des produits vendus.

b. Taux de TVA

On distingue quatre taux de TVA

Nature	Pourcentage	Opérations
Taux normal	20%	Opérations rentrant dans le champ d'applications de la TVA et non soumises aux autres taux
Taux réduit 1	14%	les prestations de services des professions libérales, graisse alimentaire, café....
Taux réduit 2	10%	Pour les prestations touristiques, opérations bancaires
Taux réduit 3	7%	Sur les produits de lères nécessités, médicaments, fournitures scolaires, eau de distribution publiques

c. Le prix de vente Hors taxe : HT

C'est le net financier après déduction de l'ensemble des réductions

Le montant HT = Coût de revient + frais de distributions – Réductions commerciales – réductions financières

d. le montant de la TVA :

Le calcul de la T.V.A. : $TVA = PVHT * Taux / 100$ *

e. Le prix de vente Toutes Taxes Comprises (TTC)

C'est le prix final payé par le client. Il tient compte de la TVA qui sera rendue à l'Etat par le commerçant. La TVA s'ajoute au prix de vente hors taxes pour donner le prix de vente TTC.

Prix de vente TTC = Prix de vente Hors Taxes + TVA

Exemple : reprenez l'exemple de la société Comptoir de l'électroménager et calculer :

a/ la TVA unitaire des télévisions ?

.....

b/ le montant total de la TVA que M. IBRAHIM devra rendre à l'état s'il vend toutes les télévisions ?

.....

c/ Calculer le prix de vente TTC unitaire des télévisions ?

.....

d/ Calculez le chiffre d'affaires Toutes Taxes Comprises de M. IBRAHIM s'il vend toutes les télévisions ?

.....

Correction

Pour calculer les valeurs demandées, nous allons suivre les étapes suivantes :

- a. Calcul de la TVA unitaire des télévisions : $TVA \text{ unitaire} = \text{Prix unitaire Net} * \text{Taux de TVA}$ Où le Taux de TVA est de 20 % (0.20 en décimal). $TVA \text{ unitaire} = 4500 \text{ Dh} * 0.20 = 900 \text{ Dh}$
- b. Calcul du montant total de la TVA à rendre à l'État : $\text{Montant total de la TVA} = TVA \text{ unitaire} * \text{Quantité}$ $\text{Montant total de la TVA} = 900 \text{ Dh} * 150 = 135000 \text{ Dh}$
- c. Calcul du prix de vente TTC unitaire des télévisions : $\text{Prix de vente TTC unitaire} = \text{Prix unitaire Net} + TVA \text{ unitaire}$ $\text{Prix de vente TTC unitaire} = 4500 \text{ Dh} + 900 \text{ Dh} = 5400 \text{ Dh}$
- d. Calcul du chiffre d'affaires TTC (Toutes Taxes Comprises) de M. IBRAHIM : $\text{Chiffre d'affaires TTC} = \text{Prix unitaire TTC} * \text{Quantité}$ Où le Prix unitaire TTC est de 5 400 Dh (calculé précédemment). $\text{Chiffre d'affaires TTC} = 5400 \text{ Dh} * 150 = 810000 \text{ Dh}$

Donc, les résultats des calculs sont :

a/ TVA unitaire des télévisions : 900 Dh

b/ Montant total de la TVA à rendre à l'État : 135 000 Dh

c/ Prix de vente TTC unitaire des télévisions : 5 400 Dh

d/ Chiffre d'affaires TTC de M. IBRAHIM en vendant toutes les télévisions : 810 000 Dh



B Les Emballages :

I- DEFINITION

Les emballages sont des objets destinés à contenir des produits ou marchandises livrés à la clientèle. On distingue 2 types d'emballages :

- le matériel d'emballage
- et les emballages commerciaux

a- Le matériel d'emballage

Définition : Il s'agit d'objets utilisés pour contenir ou pour contenir ou conditionner des matières premières, marchandises à l'intérieur de l'entreprise par exemple : cuves, congélateurs, bouteilles à gaz

b- Les emballages commerciaux

Il s'agit d'objets divers destinés à contenir les marchandises et les produits livrés à la clientèle tel que les caisses, boîtes, bouteilles, les bidons, pots, cartons..... Quatre sortes d'emballage sont à distinguer :

- emballage récupérable identifiable
- emballage récupérable non identifiable
- emballages perdus
- emballage à usage mixte

b1- Emballages récupérables identifiables :

Ce sont des objets discernables unité par unité (facile à distinguer) dans lesquels sont livrés les produits ou les marchandises et que les fournisseurs doivent récupérer ultérieurement, ce type d'emballage est traité comme des immobilisations : les conteneurs, les barils, les tonneaux....

Exemple : L'entreprise NADIR a acquis à crédit à long terme un conteneur pour transporter de la farine sur casa, le prix hors taxe est 35000dhs TVA20%.

b2- Les autres emballages :

Sont considérés comme des stocks et entrent dans le cycle d'exploitation de l'entreprise, leur acquisition est une charge enregistrée dans l'un des comptes suivants :

- *emballages récupérables non identifiables*
- *emballages perdus*
- *emballages à usage mixte*

- **Emballages récupérables** non identifiables : sont des emballages invisibles dans lesquels sont livrés aux clients les marchandises ou produits vendus mais que les fournisseurs doivent reprendre par la suite, ils sont alors prêtés ou consignés par exemple bouteilles, caisses.....

Le montant de la consignation de l'emballage augmente le montant de la facture dans l'attente de la récupération de l'emballage objet de la consignation.

- **Emballages perdus** : sont des objets livrés définitivement aux clients avec leur contenus, ils ne sont donc pas repris par les fournisseurs, leur prix étant compris dans celui de la marchandise ou du produit vendu (boite, carton, bidon...) ils ne servent qu'une seule

- **Emballages mixtes** : Ce sont des objets dont on ne sait pas au moment de l'achat s'ils seront utilisés comme perdus ou récupérés.

C- Les frais de port :

Les frais de transport constituent, dans certains cas, un des éléments qui majorent le montant de la facture.

IV LES EFFETS DE COMMERCE

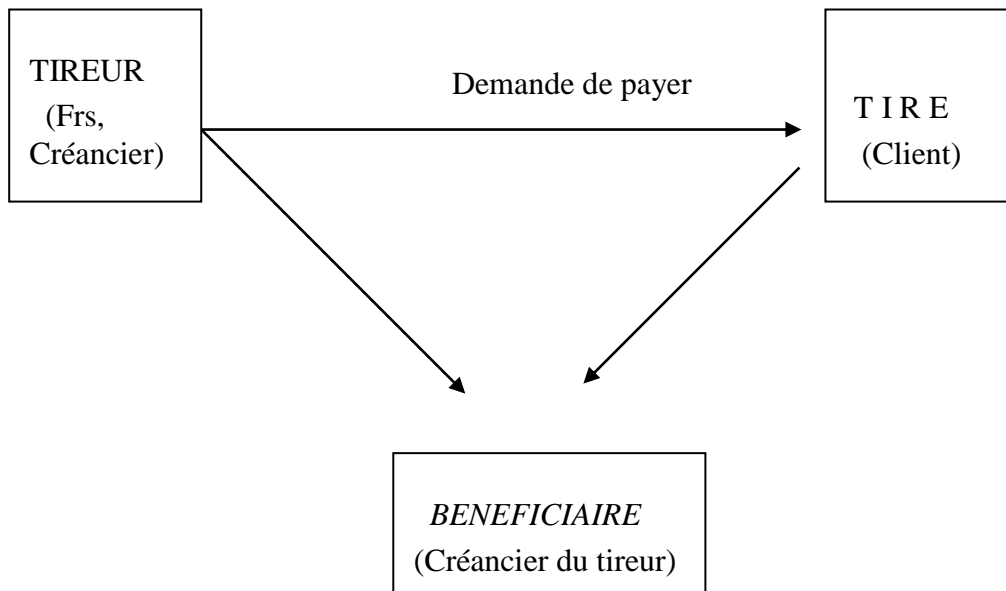
Un effet de commerce est l'invitation donnée à un débiteur (ou l'engagement pris par ce dernier), écrite et libellé dans une forme déterminée, de payer une certaine somme à une date fixée.

Un effet de commerce est l'invitation donnée à un débiteur (ou l'engagement pris par ce dernier), écrite et libellé dans une forme déterminée, de payer une certaine somme à une date fixée.

La particularité de l'effet de commerce est d'être à "ordre" c'est-à-dire qu'il est permis au bénéficiaire de transmettre, par endossement, son ordre de paiement à toute personne désigné au verso de l'effet.

L'effet de commerce est donc un titre de créance négociable. On distingue principalement comme effet de commerce :

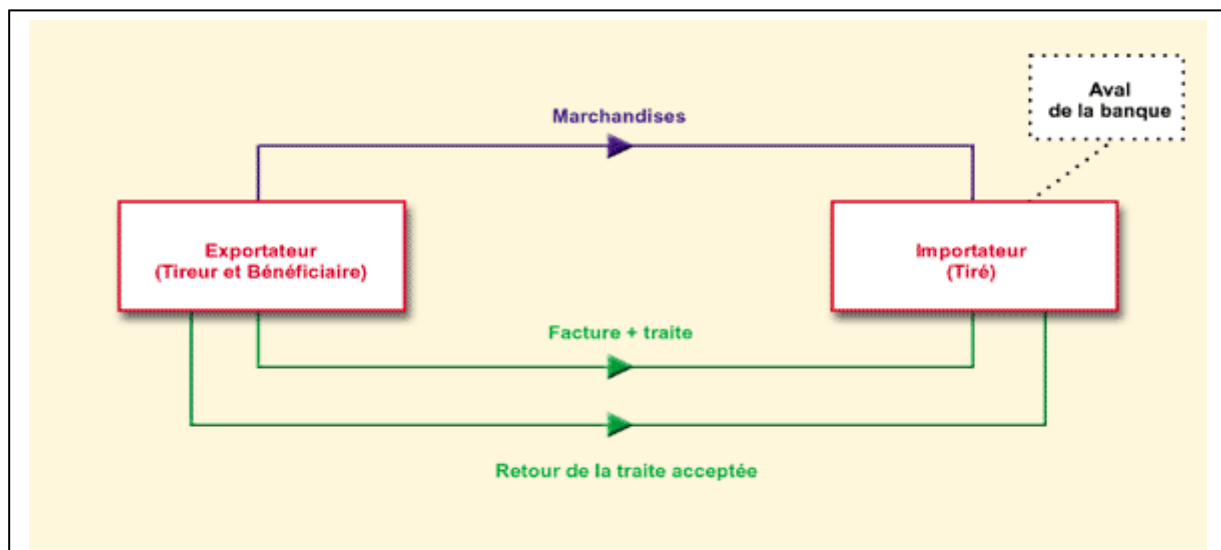
La lettre de change (LC) le billet à ordre (BO)



1) LA LETTRE DE CHANGE

La lettre de change (appelée également traite) est un effet de commerce transmissible par lequel le vendeur (le tireur) donne l'ordre à l'acheteur (le tiré) ou à son représentant (son banquier) de lui payer une certaine somme, à une date déterminée.

Le vendeur expédie la traite à l'acheteur pour que celui-ci lui retourne acceptée, càd signée.



Au travers de la traite, le

vendeur octroie à son client un délai de paiement plus ou moins long. Il peut lui-même mobiliser ce crédit auprès de la banque en lui demandant l'escompte de cette traite. Le titulaire d'une traite peut également la conserver et l'encaisser à l'échéance ou encore la remettre en règlement à un créancier par voie d'endossement.

L'aval d'un banquier de premier ordre assure le paiement à l'échéance. Il s'agit d'un engagement par lequel un tiers ou un signataire de la lettre de change se porte garant en vertu de la lettre de change. L'aval peut être donné pour le montant total de la lettre de change ou pour une partie seulement. Sur base de ce mécanisme, il est recommandé de demander à l'acheteur dès la signature du contrat une promesse d'aval émanant de sa banque.

a) Avantages et inconvénients de la lettre de change :

La lettre de change dispose de nombreux avantages qui en font un instrument de paiement assez fréquemment utilisé en commerce international, notamment dans le cadre du crédit documentaire :

- il matérialise une créance qui peut être négociée (escomptée) auprès d'une banque ;
- l'exportateur peut être assuré du paiement de sa créance en demandant l'aval de la banque de l'importateur (il n'est cependant pas protégé du risque bancaire dans ce cas). Cette garantie bancaire n'est évidemment pas donnée automatiquement et gratuitement ;
- la lettre de change peut être transmise par endossement pour régler une dette ;
- l'effet est émis à l'initiative du vendeur et non de l'acheteur, ce qui est toujours plus intéressant pour ce premier ;
- la traite détermine précisément la date de paiement.

La lettre de change présente néanmoins les inconvénients suivants :

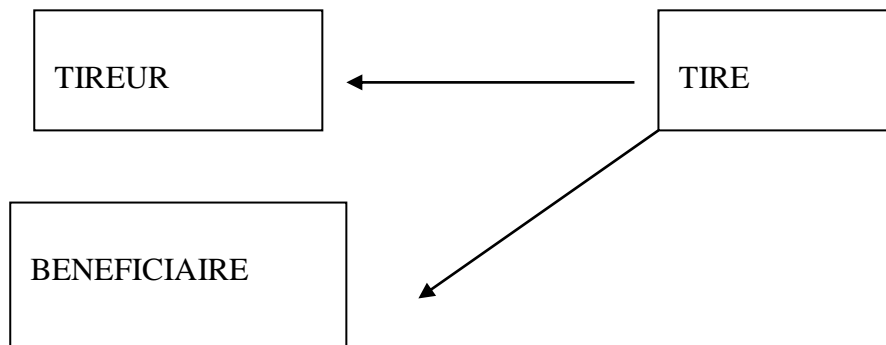
- elle ne supprime pas les risques d'impayés (sauf si elle bénéficie de l'aval d'une banque), de perte et de vol ;
- son recouvrement peut être long car elle est soumise à l'acceptation de l'importateur, transmise par voie postale et fait intervenir plusieurs établissements financiers ;
- l'émission d'une traite peut être accompagnée dans certains pays de mesures légales particulières (prix, langue, ...). Il convient donc de se renseigner à ce sujet avant de l'utiliser.

b) Coût :

La lettre de change coûte plus chère que le chèque, car elle doit généralement être présentée deux fois (pour acceptation et pour paiement, et parfois une troisième fois pour aval). Des frais de virement sont également imputés au moment de l'encaissement.

2/ LE BILLET A ORDRE

a. Le billet à ordre est un effet de commerce émis à l'initiative de l'acheteur (le souscripteur), par lequel celui-ci promet le paiement d'une certaine somme, à vue ou à une certaine date, à son créancier, c'est-à-dire le vendeur (le bénéficiaire). Le règlement « à vue » se fera sur présentation du billet à ordre à la banque qui y est indiquée.



b. Avantages et inconvénients :

Le billet à ordre ressemble à la lettre de change. Il a quasiment les mêmes avantages et, inconvénients que cette dernière (il peut être avalisé par une banque, endossé, négocié, ...) si ce n'est sur un point essentiel, à savoir qu'il est émis à l'initiative de l'acheteur et non à l'initiative du vendeur.

Au vu de cette caractéristique, il est très rarement utilisé en commerce international (il est même fortement déconseillé !). Il permet en effet à l'importateur d'influencer la date d'expédition des marchandises, celle-ci étant souvent conditionnée à l'établissement du paiement.

La lettre de change, ou le billet à ordre, reste entre les mains du fournisseur. La traite constitue pour le dernier un droit de créance.

3/ La circulation de l'effet de commerce

Le fournisseur peut transmettre son droit de créance à l'ordre d'un tiers par voie d'endossement. Le nouveau bénéficiaire peut à son tour endosser la traite à l'ordre d'une autre personne et ainsi de suite. A l'échéance, le dernier bénéficiaire présentera la traite à la banque du tiré initial pour encaissement. La circulation de la traite met en évidence plusieurs cas.

1^{er} cas : Endossement à l'ordre d'un tiers.

Supposons que REDA doit une certaine somme à son fournisseur OMAR. Supposons que REDA possède une traite qu'il avait tirée auparavant sur son client SAID. En règlement partiel ou total de sa dette, REDA peut transmettre la traite qu'il possède à son fournisseur OMAR. L'endossement de ce droit de créance permet à OMAR d'encaisser, à l'échéance,

la valeur de la traite auprès de SAID.

2^{ème} cas : Endossement à l'ordre de la banque.

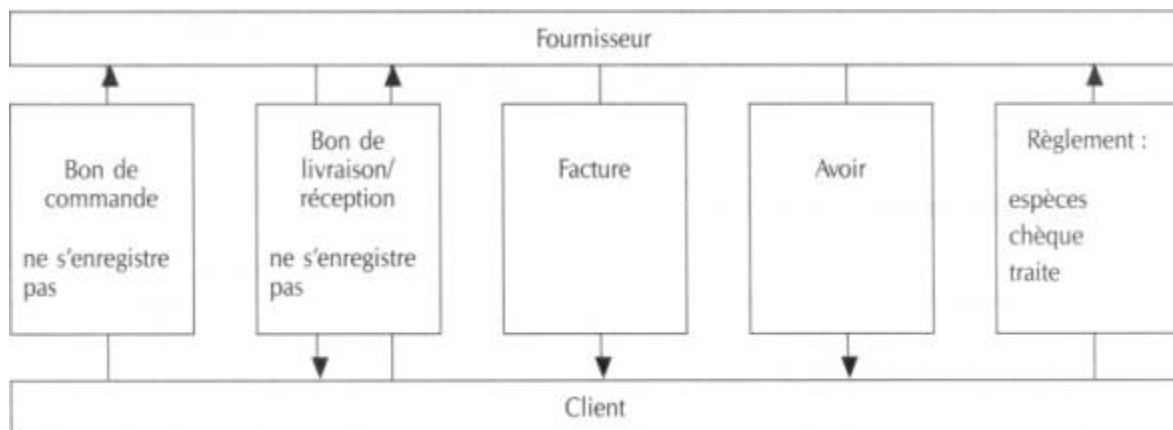
Première éventualité : effet remis pour encaissement.

Le détenteur d'une traite, plutôt que de s'occuper lui-même de l'encaissement à l'échéance, peut demander à sa banque d'agir à sa place en lui remettant l'effet par endossement, au moins 15 jours avant l'échéance. A l'échéance, après encaissement, la banque alimente le compte de son client pour le montant de la traite diminué des agios en rémunération du service rendu. Celle-ci comprend

Deuxième éventualité : effet remis à l'escompte.

Le débiteur d'une traite peut avoir un besoin urgent de liquidité ; il peut alors escompter l'effet (le vendre) à sa banque. L'opération est assimilée à un crédit d'escompte. La banque alimente le compte de son client pour le montant de la traite diminuée de l'agio qui comprend

La circulation des documents dans l'entreprise :



V LES REGLEMENTS ET LES ENCAISSEMENTS BANCAIRES

L'entreprise est en relation avec ses clients et ses fournisseurs au moment de l'achat ou de la vente. Le cycle de l'exploitation de l'entreprise génère également des flux financiers :

- Les paiements ;
- Les encaissements

Remarque : les paiements vont diminuer la trésorerie tandis que les encaissements vont l'augmenter.

Il existe de nombreux moyens de règlements, que l'on peut placer en deux grandes catégories :

Comptant : espèces, chèque, carte, virement ;

Crédit : simple avec délai, lettre de change.

1- Les différents moyens de règlements

➤ Les règlements en espèces :

Les règlements en espèces sont nombreux dans la vie de l'entreprise et par conséquent, ils nécessitent un contrôle soit par des pièces de caisse, soit par la bande enregistreuse

Le caissier est un responsable de la caisse. Le caissier doit effectuer le travail relatif de l'ouverture de la caisse (vérification, indication de sa conformité (ou non) sur le brouillard) et de la fermeture (classement des paiements et passations du relevé et du brouillard, placement des liquidités excessive en coffre et ferme la caisse).

Exemple :

Pièce de caisse n°3	
Journée du 20/03	
Dépenses	
Annonces publicitaires	
Montant (HT)	1200.00 Dh
TVA 20%	240.00 Dh

Total	1440.00 Dh
-------	------------

➤ **Les règlements par chèque :**

✓ **Chèque bancaire**

Le chèque est un document par lequel le tireur (ou émetteur) donne l'ordre à sa banque (le tiré) de payer à vue une somme à un bénéficiaire qui peut être le tireur lui-même ou une tierce personne

N° 0000845277		B.P. DH.	
Société Générale			
PAYER CONTRE CE CHEQUE			
A L'ORDRE DE			
PAYABLE CASABLANCA Place Mohamed V Tel. :	N° COMPTE 0300 058 062558 MIR TRABOULSI	A le	
		Traboulsi	
La signature ne doit pas atteindre la zone ci-dessous			
00002453 845277 2458793 221364822173 3215761 33			

Parmi les mentions obligatoires qui doivent figurer dans le chèque on peut citer :

- la dénomination de chèque ;
- le montant du chèque (en chiffre et lettre);
- le nom de la banque ;
- le lieu de paiement ;
- le lieu et la date de création du chèque ;
- le nom et la signature du titulaire du compte.

Remarque le chèque est détaché d'un carnet de chèque et remis au bénéficiaire. Le tireur conserve la souche sur laquelle il doit porter des renseignements : le montant, le tiré, l'ordre, la date et l'objet.

✓ **Le chèque barré**

Le chèque barré est un chèque dont la formule est frappée de deux barres parallèles au recto et qui ne peut, à raison de ce barrement être payé qu'à un banquier ou à un centre de chèques postaux ou à un client du tiré.

1. Forme

Le barrement peut être général ou spécial. Il est général s'il ne porte entre les barres aucune désignation ou la mention « établissement bancaire » ou un terme équivalent. Il est spécial si le nom d'un établissement bancaire est inscrit entre les deux lignes. Tout barrement général peut-être transformé en barrement spécial.

Le barrement spécial ne peut être transformé en barrement général en rayant le nom du banquier désigné, cette rature serait considérée comme non avenue.

2. Circulation du chèque barré

Le chèque barré circule en principe comme un chèque ordinaire, par endossement s'il est à ordre ou par tradition s'il est au porteur.

Toutefois afin de réduire le risque que comporte la circulation des chèques volés, le législateur dispose qu'un établissement bancaire ne peut acquérir un chèque barré que d'un de ses clients, ou d'un établissement bancaire. Il ne peut l'encaisser pour le compte d'autres personnes que celles-ci

✓ *Chèque postal*

Le chèque postal est un instrument de paiement dont dispose une personne qui a des fonds sur un compte courant postal (CCP). Il peut être utilisé :

- En tant que chèque de paiement, comme un chèque bancaire ;
- En tant que chèque de virement au profit d'un autre compte de chèque postal. Pour cela, il suffit au tireur non pas d'indiquer le nom du bénéficiaire mais le compte chèque postal du bénéficiaire et d'adresser ce chèque non pas au bénéficiaire mais au centre des chèques postaux dont-il dépend. Le bénéficiaire ne reçoit pas le chèque. Il est informé à travers son relevé postal du virement effectué par le tireur.

➤ **Les règlements par carte bancaire :**

La carte bancaire contient diverses informations : le nom du titulaire, celui de la banque, son numéro et sa date de validité. La carte bancaire est un moyen de paiement et le code qui lui est associé est strictement confidentiel. La carte bancaire est toujours la propriété de ma banque.



C'est bien pratique ! Une carte peut me permettre de retirer de l'argent auprès des distributeurs de billets et de payer mes achats chez les commerçants. Je retire donc à mon rythme et je ne suis pas obligé de me déplacer avec d'importantes sommes d'argent sur moi.

➤ **Les règlements par virement**

Des règlements par virements (en espèces) au compte bancaire (ou postal) de l'entreprise peuvent être effectués par des tiers.

La comptabilisation de ces règlements par l'entreprise réalise au moment de la réception de l'avis de crédit ou d'un relevé de compte bancaire.

➤ Mandat-carte :

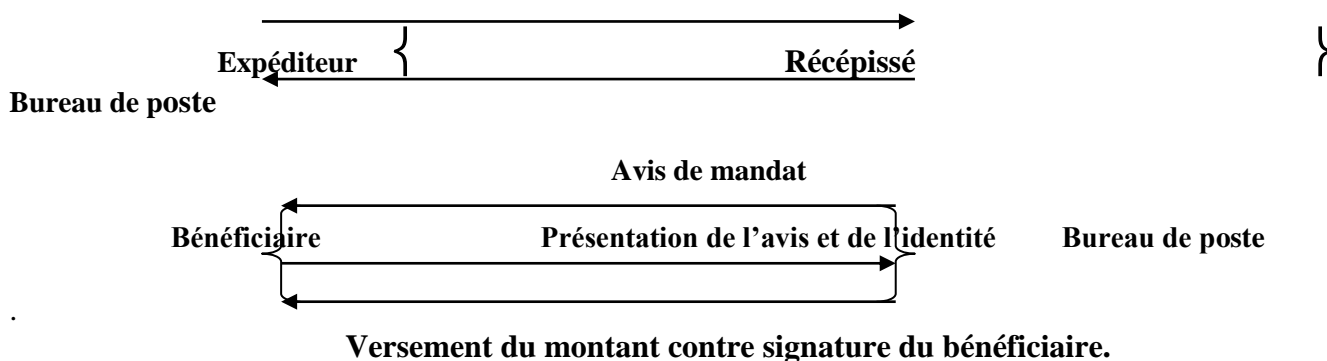
Pour éviter cet envoi coûteux qui exige une préparation longue et minutieuse, nous pouvons remettre la somme d'argent à la poste qui se chargera de la verser au destinataire, Nous donnons mandat, c'est à dire, nous chargerons la poste d'effectuer ce versement en notre nom. Il faut distinguer :

- 1- *Mandat ordinaire ;*
- 2- *Mandat carte ;*
- 3- *Mandats spéciaux ;*

1- *Mandat ordinaire :*

- Etabli par la poste d'après les indications fournies par l'expéditeur sur une demande de mandat ordinaire.
- Remise à l'expéditeur d'un récépissé, contre paiement du mandat majoré des frais d'envoi.
- Envoyé au bénéficiaire par l'expéditeur qui conserve le récépissé (preuve de remboursement en cas de perte)
- Payable dans le bureau de poste le plus voisin du domicile du destinataire sur justification d'identité.
- Peut être versé au compte courant postal du bénéficiaire.

Demande + Montant + frais



2- *Mandat carte :*

Nous pouvons éviter au destinataire le déplacement au bureau de poste et la perte de temps qui peut en résulter, en envoyant un mandat carte qui lui sera payé à domicile à concurrence de 500,00 Dh, plus de 500,00 Dh le destinataire est avisé que le montant du mandat est à sa disposition au guichet.

Le mandat carte est établi par l'expéditeur lui-même sur les formules qui sont mises à sa disposition par l'administration.

Le bureau émetteur délivre à l'expéditeur un récépissé et transmet lui-même le mandat au bureau payeur qui le fera présenter au destinataire qui l'acquittera au verso et recevra le mandat ainsi que le coupon - correspondance.

3- Modèles spéciaux :

- **Mandat carte de versement** : à un compte courant postal : le montant est versé au compte postal du bénéficiaire.
- **Mandat télégraphique** : Sur formule spéciale, pour envoi de fonds urgent, payable à concurrence de 1000,00 Dh à domicile.
- **Envoi contre remboursement**
 - L'expéditeur de l'objet établit un avis de remboursement.
 - La poste remet l'objet au destinataire, seulement contre paiement du prix qu'il reverse à l'expéditeur sans déduction des frais
- **Mandat électronique** : payable le plus vite possible maximum une demi-heure au bénéficiaire.

GUIDE DES TRAVAUX PRATIQUES

Exercice 1 : sur facture « doit »

Le 08/05/222 une entreprise a adressé à son client HAMID la facture 1030 :

-	Marchandises	60	000	HT	(300	unités)
-			TVA			20%
-			Remise			5%
-			Escompte			2%
-	Transport	forfaitaire	2000	TTC	(dont	TVA 20%)
- Le règlement est effectué par chèque bancaire						

Eléments de correction :

Pour calculer le montant total de la facture et ses détails, suivez ces étapes :

1. Calculer le montant HT des marchandises : **Montant HT des marchandises = 60000**
2. Calculer la remise : **Remise = 5% * Montant HT des marchandises**
3. Calculer le montant après remise : **Montant après remise = Montant HT des marchandises - Remise**
4. Calculer la TVA : **TVA = 20% * Montant après remise**
5. Calculer le montant TTC (Toutes Taxes Comprises) des marchandises : **Montant TTC des marchandises = Montant après remise + TVA**
6. Calculer le montant TTC du transport forfaitaire : **Montant TTC du transport = 2000**
7. Calculer le montant total TTC de la facture : **Montant total TTC = Montant TTC des marchandises + Montant TTC du transport**
8. Calculer l'escompte : **Escompte = 2% * Montant total TTC**
9. Calculer le montant à payer par le client (montant final) : **Montant final à payer = Montant total TTC - Escompte**

Maintenant, remplaçons les valeurs dans les calculs :

1. **Montant HT des marchandises = 60 000**
2. **Remise = 0.05 * 60 000 = 3 000**
3. **Montant après remise = 60 000 - 3 000 = 57 000**
4. **TVA = 0.2 * 57 000 = 11 400**
5. **Montant TTC des marchandises = 57 000 + 11 400 = 68 400**

6. **Montant TTC du transport = 2 000**
7. **Montant total TTC = 68 400 + 2 000 = 70 400**
8. **Escompte = 0.02 * 70 400 = 1 408**
9. **Montant final à payer = 70 400 – 1 408 = 68 992**

Donc, le montant total de la facture que le client HAMID doit payer est de 68 992 TTC.

Exercice 2

Le client (A) retourne le 21/04/2022 au fournisseur (B) 30000 Dh de marchandise.			
Données	facture	«	doit » :
-		Remise	5%
-		Escompte	1%
-		TVA	20%

Eléments de correction

Pour calculer le montant total que le client A doit au fournisseur B en tenant compte des remises, de l'escompte et de la TVA, suivez ces étapes :

1. Calculer le montant initial de la marchandise avant la remise : Montant initial = 30,000 DH
2. Calculer la remise de 5% : Remise = Montant initial * 0.05
3. Soustraire la remise du montant initial : Montant après remise = Montant initial - Remise
4. Calculer l'escompte de 1% : Escompte = Montant après remise * 0.01
5. Soustraire l'escompte du montant après remise : Montant après escompte = Montant après remise - Escompte
6. Calculer le montant de TVA de 20% sur le montant après escompte : TVA = Montant après escompte * 0.20
7. Calculer le montant total dû au fournisseur B : Montant total dû = Montant après escompte + TVA

Voici comment effectuer les calculs :

1. Montant initial = 30,000 Dh
2. Remise = 30,000 * 0.05 = 1,500 Dh
3. Montant après remise = 30,000 - 1,500 = 28,500 Dh

4. Escompte = $28,500 * 0.01 = 285$ Dh
5. Montant après escompte = $28,500 - 285 = 28,215$ Dh
6. TVA = $28,215 * 0.20 = 5,643$ Dh
7. Montant total dû = $28,215 + 5,643 = 33,858$ Dh

Le client A doit donc payer un montant total de 33,858 Dh au fournisseur B après avoir appliqué la remise, l'escompte et la TVA.

Exercice 3

Vous êtes employé(e) de bureau dans la société LOVITALIA (SARL au capital de 500 000 Dh), 64 rue Al banafssaj casa ; téléphone 0522 25 65 70 ; R.C.S :B465 294 895 ; compte bancaire ; Crédit agricole n°4936 à Casa ; C.C.P. :342-6C.

Etablissez la facture n°8055 datée du 02 avril 2022 adressée à son client : M. JERMOUNI, 15 place de la victoire, Casablanca.

Détail des marchandises facturées :

- réf.55/AS-bottes, veau non doublé, 1 série de 15 paires à 150,00 Dh la paire,
- réf .68/RT- chaussures basses, vachettes noire, 1 série de 20paires à 69,00 Dh la paire.
- Adresse de livraison : 15, place de la victoire Casablanca
- Expéditeur par CTM
- Paiement comptant
- Taux de remises successives : 3 et 5%
- Port H.T 57,00 Dh
- TVA sur port et marchandises : 20%
- Commande : N°750
- Code client : 342.180
- N° de livraison : 503.

Eléments de correction

Facture n°8055 Date : 02 avril 2022

Société LOVITALIA 64 rue Al Banafssaj casablanca Téléphone : 0522 25 65 70 R.C.S : B465 294 895 Compte bancaire Crédit Agricole n°4936 à Casa C.C.P. : 342-6C

Client : M. JERMOUNI 15 place de la victoire Casa

Détail des marchandises facturées :

Référence	Description	Quantité	Prix unitaire En Dh	Montant en Dh
55/AS-bottes	Bottes, veau non doublé	15 paires	150,00	2250,00
68/RT-chauss	Chaussures basses, vachettes noires	20 paires	69,00	1380,00
			Total HT	3630,00

Adresse de livraison : 15, place de la victoire Casa Expéditeur : CTM Paiement : Comptant

Taux de remises successives : 3% et 5%

Montant total des marchandises HT : 3630,00 Dh

Port HT : 57 Dh TVA (20%) sur port et marchandises : 657.40 Dh

Total TTC : 4347.40 Dh

Commande : N°750 Code client : 342.180 N° de livraison : 503

Nous vous remercions pour votre confiance et restons à votre disposition pour toute information complémentaire.

Fait à Casablanca, le 02 avril 2022

Signature : [Votre signature]

Note : Cette facture est générée à des fins d'exemple et ne représente pas une facture réelle de la société LOVITALIA. Les montants, les références et autres détails sont fictifs.

Assurez-vous d'ajuster les informations en fonction de la situation réelle.

Exercice 4

Le service « Réclamations » de l'entreprise Casabois vous transmet les informations suivantes afin de réaliser la facture du 15/03/N qu'elle adressera au client Zahid :

Facture n° 452 du 24/02/N :

Marchandises	1 940
Remise 2 %	- 38,80
Net commercial 1	1 901,20
Rabais 1,5 %	- 28,52
Net commercial 2	1 872,68
TVA 20 %	374,53
Net TTC	2 247,21

ZAHID est insatisfait sur une partie de la commande, et de ce fait, il renvoie des marchandises pour un montant de 850,00 Dh.

On précise par ailleurs que le règlement de la facture n°452 doit s'effectuer le 30/03/N.

Travail à faire

1. Établissez le document commercial daté du 15/03/N qui sera adressé à ZAHID faisant suite au retour de marchandises.
2. Quel est le montant que devra régler ZAHID à la fin du mois de mars N ?

Proposition de correction

- Établissez le document commercial daté du 15/03/N qui sera adressé au client ZAHID faisant suite au retour de marchandises.

Il s'agit d'une *facture d'avoir*. Par conséquent, il ne faut pas oublier de reprendre les réductions (en pourcentage) qui figuraient sur la facture initiale.

Retour de marchandises	850
Remise 2 %	- 17
Net commercial 1	833
Rabais 1,5 %	-12,50
Net commercial 2	820,51
TVA 20 %	164,10
Net à votre crédit	984,61

- Quel est le montant que devra régler le client ZAHID à la fin du mois de mars N ?

La facture d'avoir vient en déduction de la facture initiale.

Le montant réel que réglera le client ZAHID est de :

Facture du 24/02/N	2 247,21
Avoir du 15/03/N	- 984,61
Montant à régler	1 262,60

Exercice 5

Le service commercial de votre société vous fournit certains éléments afin de présenter la facture qu'elle adressera à son client SELLAM.

- Marchandises : 3 800,00 Dh ;
- Taux de TVA : 20 % ;
- Escompte : 2 % ;
- Rabais : 1,4 % ;
- Frais de port : 325,00 Dh HT ;
- Remise : 5 %.

Travail à faire

Établissez la facture adressée à son client SELLAM

Proposition de correction

La facture adressée à son client SELLAM

Marchandises	3 800
Remise 5 %	- 190
Net commercial 1	3 610
Rabais 1,4 %	- 50,54
Net commercial 2	3 559,46
Escompte 2 %	- 71,19
Net financier	3 488,27
Frais de port	325
Total HT	3 813,27
TVA 20 %	762,65
Net TTC	4 575,92