

BACCALAURÉAT SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION

Communication et Gestion des Ressources Humaines

Session 2008

ÉPREUVE DE SPÉCIALITÉ

Partie écrite

Durée de l'épreuve : 4 heures

Coefficient : 7

CONFISERIE DUSSAILLANT

Ce sujet comprend 5 pages de texte et 11 pages d'annexes.

Le candidat est invité à vérifier qu'il est en possession des pages 1 à 16.

Matériel autorisé

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans aucun moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel et documentaire (circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999 – BOEN n° 42).

Annexes à exploiter :

- | | |
|------------------|---|
| Annexe 1 | Présentation du GIE Ordiscom |
| Annexe 2 | Extrait de la réunion entre les membres de la commission de choix |
| Annexe 3 | Extrait de la charte relative à la politique de communication interne du GIE Ordiscom |
| Annexe 4 | Annonces publicitaires |
| Annexe 5 | Logo de la confiserie Dussailant |
| Annexe 6 | Informations relatives aux erreurs de traitement des commandes |
| Annexe 7 | Éléments de coût pour la confiserie Dussailant |
| Annexe 8 | Tarifs du transporteur |
| Annexe 9 | Traitement des commandes à la confiserie Dussailant |
| Annexe 10 | Le réseau informatique de la confiserie Dussailant |

Annexe à rendre avec la copie :

- | | |
|-----------------|---|
| Annexe A | Schéma du processus de traitement des commandes |
|-----------------|---|

CONFISERIE DUSSAILLANT

La confiserie Dussailant est une société familiale située à Fécamp (petite ville portuaire de Haute-Normandie). Créée il y a un siècle et demi par l'arrière grand-père de l'actuel dirigeant, Monsieur Olivier Dussailant, l'entreprise était à l'origine, spécialisée dans la distribution de sucres de pomme auprès des boulangers de la région. Afin de renforcer son pouvoir de négociation auprès de ses clients boulangers, le grand-père de Monsieur Olivier Dussailant devint le premier fondateur d'un groupement d'achats en confiserie.

En 1994, la société racheta la société rouennaise Bambina spécialisée dans la vente de confiseries auprès des collectivités. À l'époque, Bambina était rattachée à un GIE (groupement d'intérêt économique) : Ordiscom (**annexe 1**). Par ce rachat, la confiserie Dussailant devint membre d'Ordiscom et accéda au marché des collectivités. Elle décida peu à peu d'en faire son unique activité. Le pas fut réellement franchi en 2004 lors de l'arrivée de Monsieur Olivier Dussailant à la direction de l'entreprise Dussailant.

À l'heure actuelle, l'activité de la confiserie se divise en deux domaines : principalement la vente de sachets de bonbons et de chocolats à des collectivités (mairies, hôpitaux, maisons de retraite et comités d'entreprise) et, dans une moindre mesure, la vente dans son magasin «Gourmandise» auprès des particuliers (cérémonies et destockage).

La confiserie Dussailant réalise en moyenne un chiffre d'affaires de 1,8 million d'euros par an. Sa particularité réside dans la forte saisonnalité de son activité répartie en deux temps : les fêtes de Noël et de fin d'année et celles de Pâques. Sur ces deux périodes, son effectif monte jusqu'à 25 personnes. Le reste de l'année, l'effectif est de 10 personnes dont quatre commerciaux.

Les **dossiers** suivants sont à traiter :

1. Réunion au sein d'Ordiscom
2. La communication de la confiserie Dussailant
3. La performance à la confiserie Dussailant
4. La configuration du réseau de la confiserie Dussailant

DOSSIER 1 – RÉUNION AU SEIN D'ORDISCOM (18 points)

A – ORGANISATION DE LA RÉUNION

Les membres du groupement d'intérêt économique se réunissent deux fois par an pendant une semaine afin de préparer les deux saisons de l'activité de confiserie. La première réunion a lieu début septembre afin de préparer les ventes de Noël et la seconde se déroule début février pour préparer les ventes de Pâques.

L'objet de ces deux réunions est de sélectionner l'ensemble des produits qui seront proposés aux collectivités et de concevoir les catalogues qui seront remis, par l'intermédiaire des six revendeurs régionaux, aux comités d'entreprises de toute la France.

C'est Monsieur Dussaillant qui est chargé de l'organisation du séminaire de la commission de sélection de septembre (**annexe 2**). Il confie cette tâche à sa secrétaire comptable, Christelle Lejeune. La confiserie ne peut recevoir correctement les membres de la commission, car ses locaux ne s'y prêtent pas. De plus, elle ne dispose pas des moyens matériels nécessaires.

Christelle Lejeune a pris l'initiative de réserver à la « Ferme de la Chapelle », hôtel restaurant spécialisé dans l'organisation de séminaires d'entreprises.

Travail à faire :

En vous appuyant sur vos connaissances et sur l'**annexe 2** :

- 1.1** Caractériser le type de réunion organisée par M. Dussaillant. Justifier la réponse.
- 1.2** Citer, en les classant, les éléments matériels, organisationnels et d'animation nécessaires au bon déroulement de cette réunion.

B – ANALYSE DU PHÉNOMÈNE D'INFLUENCE

Lors de la réunion de septembre (**annexe 2**), l'essentiel du catalogue de Noël de l'année précédente est reconduit. Cependant Monsieur Sedan, un des membres du GIE, insiste sur le référencement d'un nouveau produit et donc d'un nouveau fournisseur.

Travail à faire :

En vous appuyant sur vos connaissances et sur les **annexes 1 et 2** :

- 1.3** Comment se prennent les décisions relatives au référencement d'un nouveau fournisseur au sein de ce groupe ?
- 1.4** Comment peut-on qualifier la position de Monsieur Sedan par rapport au groupe lors de la réunion ? Justifier votre réponse.
- 1.5** Montrer comment Monsieur Sedan réussit à influencer les membres de la commission de sélection.

DOSSIER 2 – LA COMMUNICATION DE LA CONFISERIE DUSSAILLANT (17 points)

La vente de confiseries auprès des collectivités, activité principale de la société Dussailant, génère une certaine quantité d'inventures lors des fêtes de Noël et des fêtes de Pâques. Cette marchandise est écoulee par le magasin et donne lieu à deux opérations annuelles de déstockage. Conformément à la politique de communication interne du GIE, les salariés en sont les premiers informés (**annexe 3**). Des annonces publicitaires par voie de presse écrite sont ensuite diffusées (**annexe 4**). Sur ces annonces, figure le logo de la société (**annexe 5**).

Travail à faire :

En vous appuyant sur **les annexes 3, 4 et 5 :**

- 2.1** Analyser le logo de la confiserie Dussailant et démontrer comment ses éléments s'harmonisent avec les valeurs exprimées dans la charte de communication interne du GIE.
- 2.2** À quel type d'enjeu de communication le logo répond-il ? Justifier la réponse.
- 2.3** À partir des **annonces A et B** de l'**annexe 4**, identifier les différents constituants de cette communication publicitaire. Quels autres moyens la confiserie pourrait-elle utiliser pour diffuser cette information ?

DOSSIER 3 – LA PERFORMANCE À LA CONFISERIE DUSSAILLANT (23 points)

L'activité saisonnière du secteur de la confiserie implique un grand nombre de commandes à traiter dans un minimum de temps. L'efficacité du processus de traitement des commandes et des livraisons est donc importante pour la satisfaction des clients et l'image de l'entreprise.

Les erreurs d'expédition sont peu fréquentes mais lorsqu'elles surviennent, la procédure est simple : la marchandise est obligatoirement retournée sur Fécamp pour contrôle. Ces erreurs peuvent affecter la qualité des produits livrés. La Direction a décidé d'évaluer l'impact financier de ces dysfonctionnements (**annexes 6, 7 et 8**) et d'y remédier.

Par ailleurs, Monsieur Dussailant a mis en place à son arrivée à la direction de la confiserie une procédure de traitement des commandes en provenance des clients (**annexe 9**). Avec du recul et son expérience, il trouve que le traitement d'une commande nécessite trop de temps notamment pour son assistante. C'est pourquoi M. Dussailant lui a demandé de transcrire ce traitement sous la forme d'un schéma de processus en vue de son amélioration. Vous disposez en **annexe A (à rendre avec la copie)** du travail partiel effectué par Christelle Lejeune.

Travail à faire :

En vous appuyant sur vos connaissances et sur les **annexes 6, 7, 8 et 9 :**

- 3.1** Calculer le coût de l'erreur de livraison. Présenter les éléments du coût sous forme de tableau.
- 3.2** Quelle conclusion pouvez-vous tirer du résultat obtenu ?
- 3.3** Pourquoi peut-on considérer que la confiserie a été performante quant au traitement de cette erreur ?
- 3.4** Compléter le schéma du processus de traitement des commandes (annexe A) en utilisant l'**annexe 9**.
- 3.5** Identifier les étapes du processus actuel de traitement qui pourraient être améliorées et proposer des solutions dans un tableau.

DOSSIER 4 – LA CONFIGURATION DU RÉSEAU DE LA CONFISERIE (12 points)

La confiserie Dussailant dispose d'un réseau schématisé sur l'**annexe 10**. Une nouvelle station de travail vient d'être installée. Les commerciaux en déplacement peuvent, à l'aide d'ordinateurs portables, se connecter sur le réseau de l'entreprise depuis leur hôtel.

Travail à faire :

En vous appuyant sur vos connaissances et sur l'**annexe 10** :

- 4.1 Qualifier le type de réseau permettant aux commerciaux de se connecter depuis l'extérieur de l'entreprise ? Justifier la réponse.
- 4.2 Expliquer le rôle du routeur.
- 4.3 Expliquer en un paragraphe à l'utilisateur de la "Nouvelle station de travail" pourquoi il ne peut pas se connecter au réseau et comment y remédier.

L'entreprise envisage de mettre à disposition de son équipe de commerciaux les conditions et les prix obtenus des fournisseurs. Ces données sont un point sensible et confidentiel de la stratégie commerciale de l'entreprise.

Travail à faire :

En vous appuyant sur vos connaissances et sur l'**annexe 10** :

- 4.4 Proposer, dans un texte structuré, où seront implantées ces données et quelles mesures de sécurité sont à envisager pour en limiter l'accès au personnel concerné.
- 4.5 Quel est l'intérêt du pare-feu dans le cadre de la sécurité du réseau ?

PRÉSENTATION DU GIE ORDISCOM

À mi-chemin entre l'association et la société, le groupement d'intérêt économique (GIE) est une structure permettant à des entreprises indépendantes et déjà constituées de mettre des moyens en commun afin de favoriser leur développement.

Le GIE Ordiscom est composé de 5 organisations représentées par les personnes suivantes :

- Mr Dussaillant de Fécamp
- Mr Sedan d'Arras
- Mme Duparc de Strasbourg
Tous les trois chefs d'entreprise dans le secteur de la confiserie.
- Mr Leroy de Pau, retraité (anciennement gérant d'entreprise dans le même secteur) et secrétaire du GIE
- Mme Charpy de Fréjus, également gérante d'une entreprise commerciale dont l'activité est l'importation de gadgets fabriqués en Chine, ces gadgets étant incorporés dans les sachets de bonbons et de chocolats

Ces cinq membres forment la commission de sélection des produits d'Ordiscom. Les décisions de cette commission sont soumises au vote. Seuls les trois confiseurs en activité ont le droit de vote.

EXTRAIT DE LA RÉUNION ENTRE LES MEMBRES DE LA COMMISSION DE CHOIX

...

Après quelques minutes de pause, la séance reprend à l'initiative de Monsieur Dussailant.

Mr Sedan : Oui, j'ai rencontré le fournisseur du berlingot Tout Choco lors du salon de la confiserie de la région Nord-Pas-de-Calais. C'est un artisan enthousiaste, très talentueux et je souhaiterais l'intégrer à la liste de nos fournisseurs dès à présent...

Mme Charpy (le coupant) : Écoutez, nous avons suffisamment de fournisseurs qui nous proposent chaque année des nouveautés et nous avons déjà du mal à choisir parmi les produits proposés.

Mme Duparc (agacée) : Vous connaissez parfaitement la procédure à suivre lorsque la commission décide d'intégrer un nouveau fournisseur. Je vous la rappelle : test du produit sur six mois par notre laboratoire pour vérifier la qualité de conservation du produit, puis test en aveugle sur un échantillon de clients pendant six mois. Respectez-là. Ne nous faites pas perdre notre temps.

Mme Charpy (renchérissant) : Oui, oui, c'est ça. Passons à autre chose.

Un silence pesant s'instaure...

Mr Dussailant (face à ses collègues disposés en cerle, intervenant alors) : Ne nous emballons pas. Laissons Mr Sedan nous présenter les qualités de ce nouveau fournisseur.

Mr Sedan (reprenant posément) : Comme je vous le disais, j'ai rencontré ce fournisseur au salon de la confiserie en février dernier, où il présentait son berlingot Tout Choco pour lequel il a obtenu le prix de l'originalité. C'est un produit qui n'est pas distribué en grande surface. Il a la même durée de conservation que nos produits habituels. Cet artisan a bien sûr testé son produit avant de le proposer au salon.

Mme Duparc : On ne va pas signer de contrat avec un nouveau fournisseur dont on ne connaît pas les garanties en terme de capacité de production, de délais de livraison et de délais de paiement.

Mr Sedan (calmement) : Il vient de terminer les travaux d'agrandissement de son entreprise et vient d'embaucher deux personnes qui l'assistent quotidiennement. (*À ce moment, Mr Sedan donne des indications chiffrées à l'aide du vidéoprojecteur*). Ce n'est pas un débutant dans la région Nord-Pas-de-Calais. Je me suis renseigné discrètement auprès d'autres confrères. Il a toujours honoré ses commandes. Vous imaginez bien que par notre intermédiaire, ce fournisseur accéderait au marché national. Vous connaissez la conjoncture actuelle du marché de la confiserie. Il faut savoir donner sa chance aux personnes entreprenantes.

Mme Charpy (soupirant) : Cela signifie modifier la maquette du catalogue. Nous avons déjà passé quatre jours à travailler sur le sujet. Et puis combien cela va-t-il encore nous coûter ?

Annexe 2 (suite)

Mr Leroy (*jusqu'alors silencieux*) : Ce produit peut être mis sur la dernière page de notre catalogue et on peut y ajouter la mention « en avant-première ». La modification n'est pas si importante que cela. Je peux appeler l'imprimeur et tout peut être réglé rapidement. Le coût supplémentaire ne sera pas exorbitant.

Mr Dussillant (*s'adressant à tous les membres de la commission*) : Écoutez, une confiserie récompensée peut être un atout supplémentaire à notre catalogue. Sans s'engager à long terme, nous pourrions lui proposer de la référencer pour une durée d'un an afin de tester ce berlingot auprès de notre clientèle. (*Mr Dussillant note ces éléments au tableau au fur et à mesure de ses explications*).

Mme Charpy (*hésitante*) : Oui..., vu sous cet angle, pourquoi pas ?

Mme Duparc : Je ne suis pas contre si cet artisan s'engage à nous livrer d'ici le 15 octobre et s'il accepte nos conditions de paiement. Ce qui me convaincrerait encore plus, ce serait qu'il fasse un geste commercial.

Mr Sedan : Je m'engage à négocier auprès de lui ce geste commercial dans la journée.

Mr Dussillant (*se tournant vers Mr Leroy tout en notant au tableau*) : Je vois que nous sommes d'accord, vous contactez notre imprimeur dès à présent afin de lui annoncer une éventuelle modification de notre catalogue et je vous propose que nous nous revoyons en fin d'après-midi pour faire le point et poursuivre notre ordre du jour comme prévu sur la convocation.

EXTRAIT DE LA CHARTE RELATIVE À LA POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE DU GIE ORDISCOM

.....

La politique de communication du GIE ORDISCOM poursuit plusieurs objectifs :

- La bonne circulation de l'information (informations techniques, de sécurité...) susceptible de participer au bon fonctionnement de l'entreprise.
- La satisfaction des attentes des salariés en matière d'information. Le salarié doit être consulté à l'occasion d'une prise de décision et être écouté.
- L'uniformisation des pratiques: les salariés doivent se conformer à des règles telles que :
 - toute transmission d'information doit se faire dans un délai de 24 heures.
 - les pertes et autres rétentions d'information constituent des fautes susceptibles de faire l'objet de sanctions disciplinaires.
 - la confidentialité à propos des informations financières, techniques et stratégiques reste de rigueur entre les salariés du groupe.
 - ...
 - la qualité des supports d'information, leur conformité à la charte graphique du GIE sont des éléments importants de la notoriété et de l'image de marque de nos unités de production.
- La diversité des sources de communication et d'information
 - réunions
 - notes internes
 - intranet
 - ...
- La traduction dans toutes ses formes des valeurs du groupe, des idéaux auxquels il croit : il s'agit en effet des valeurs essentielles qui constituent notre culture d'entreprise.
 - excellence des relations interpersonnelles
 - climat relationnel convivial
 - le sens du contact chaleureux et sincère, l'importance des relations humaines entre les salariés du groupe, le goût des rencontres diverses et la création de relations nouvelles
 - Les supports d'information, charte graphique et scripturale, les pages d'accueil de sites doivent illustrer non seulement les valeurs profondes du GIE mais aussi la perception qu'il veut donner de lui-même à savoir, une entreprise de soutien aux manifestations festives (anniversaires, mariages, baptêmes...) génératrices de retrouvailles, d'instant de joie, de détente et d'ambiance festive et conviviale.

...

ANNONCES PUBLICITAIRES



Confiserie Dussailant
jusqu'au 13 juillet 2007

**Grand déstockage
de fin de saison**

jusqu'à -40 % selon étiquetage
Confiserie, cadeaux...

ex : 5,90 € le kilo de méli-mélo
(bonbons assortis, frites, fraises, bananes...)

Ouvert du lundi au vendredi
de 10 h à 12 h et de 13 h 30 à 17 h 30

Le magasin "Gourmandise" reste ouvert du mardi au samedi
de 10 h à 12 h et de 14 h à 19 h.

162, route de Valmont - 76400 Fécamp

" Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas "
www.mangerbouger.fr

ANNONCE A



Gourmandise

Spécialiste de la dragée
vous propose ses compositions
sur mesure adaptées à votre budget
pour :

- . Communions, baptêmes, mariages.
- . Grand choix de chocolats,
confiseries et cadeaux gourmands.

Ouvert du mardi au samedi
de 10 h à 12 h et de 14 h à 19 h

162, route de Valmont - 76400 Fécamp (Parking)

ANNONCE B

Annonces parues dans le quotidien régional PARIS NORMANDIE à la date du 30 juin 2007

LOGO DE LA CONFISERIE DUSSAILLANT



Le logo de la confiserie a été créé par François Burel, artiste peintre à Fécamp.
Les couleurs utilisées sont le bleu pour la typographie et les rayures du pull-over. Le fond est blanc.

INFORMATIONS RELATIVES AUX ERREURS DE TRAITEMENT DES COMMANDES

La mairie de Melun en Seine-et-Marne, client fidèle de la confiserie Dussailant, a commandé 476 sachets Perce Neige garnis d'un tube de 12 crayons de couleurs (5,71 € HT l'unité) en vue de la préparation de l'Arbre de Noël de son personnel. La livraison de cette commande est prévue pour le 28 novembre. L'Arbre de Noël a lieu le 12 décembre.

La maison de retraite « Les Bleuets » de Rambouillet dans les Yvelines a commandé pour le traditionnel colis de fin d'année des anciens 52 sachets en toile de jute à 2 € HT l'unité (que le personnel garnira lui-même avec différents assortiments de papillotes). 3 sachets de papillotes « surfines » (5,80 € HT le sachet) et 2 sachets de papillotes « pralinées » (8,20 € HT le sachet). La livraison est prévue à la même date que celle de la mairie de Melun.

Lors de l'expédition des commandes à ces deux clients, la palette comportant la commande de Melun a été envoyée à Rambouillet et inversement celle de Rambouillet à Melun. Les deux commandes sont revenues sur Fécamp le 2 décembre. La commande de la mairie de Melun est restée 2 jours chez le transporteur et a souffert d'aléas climatiques. 70 sachets ne sont plus commercialisables. 48 heures plus tard les deux commandes nouvellement conditionnées et accompagnées d'une nouvelle facture sont expédiées vers les bons destinataires.

Annexe 7

ÉLÉMENTS DE COÛT POUR LA CONFISERIE DUSSAILLANT

1/ Coût de revient des sachets

- 2,7 € HT le sachet Perce-neige

2/ Le travail du personnel

- Confection de 70 sachets : 40 min
- Préparation du colis de 476 sachets : 13 min
- Préparation du colis de 52 sachets : 5 min
- Saisie, édition et vérification d'une facture : 5 min

3/ Salaires bruts horaires

- Du préparateur : 8,44 €
- De la secrétaire comptable : 12 €
- Taux de charges patronales : 40 %

4/ Fournitures d'emballages

- Le montant total des fournitures pour les deux expéditions comprenant les sachets confiseurs, les cartons d'emballage, le film opaque pour palette s'élève à 29,12 € TTC (TVA à 19,6 %).

5/ Les frais d'expédition

- La confiserie Dussailant utilise les services du transporteur Schenker-Joyau située à St Étienne du Rouvray (**annexe 8**)
- Un sachet garni Perce Neige pèse 277 g.
- Les sachets de papillotes surfines et pralinées pèsent respectivement 1 kg. Les 52 sachets en toile pèsent au total 200 g.
- La confiserie ne refacture pas les frais de transport à ses clients.

6/ La confiserie Dussailant fait un geste commercial envers ses deux clients pour le retard occasionné. Elle accorde une remise exceptionnelle de 5 % sur le total des deux commandes (soit 136 € à la mairie de Melun et 6,89 € à la maison de retraite « Les Bleuets ») et offre à la Mairie de Melun 476 stylos bille bulles de savon à 0,20 € HT l'un et à la maison de retraite 1 kg de papillotes surfines à 5,80 € HT.

TARIFS DU TRANSPORTEUR

Schenker-Joyau S.A.S
Rue de la grande Épine
76806 ST ÉTIENNE DU ROUVRAY

EXTRAIT DU TARIF FRANCO en EUROS AU DÉPART DE FÉCAMP
Tranches de poids en kilogrammes

DESTINATION	<i>Forfait par expédition</i>									<i>Aux 100 kg</i>	
	1 à 9	10 à 19	20 à 29	30 à 39	40 à 49	50 à 59	60 à 69	70 à 79	80 à 100	101 à 499	500 à 999
72 LE MANS	11,92	13,94	15,71	17,24	18,50	20,03	21,29	22,56	26,62	25,35	22,82
SARTHE	13,77	16,11	18,17	19,93	21,39	23,15	24,62	26,08	30,77	29,30	26,37
73 CHAMBÉRY	17,49	20,47	23,07	25,30	27,16	29,39	31,25	33,12	39,07	37,21	33,48
SAVOIE	19,81	23,18	26,13	28,66	30,77	33,3	35,41	37,51	44,26	42,15	37,94
Stations	22,59	26,44	29,81	32,69	35,10	37,98	40,38	42,79	50,48	48,08	43,27
74 ANNECY	17,49	20,47	23,07	25,30	27,16	29,39	31,25	33,12	39,07	37,21	33,48
HAUTE- SAVOIE	19,81	23,18	26,13	28,66	30,77	33,3	35,41	37,51	44,26	42,15	37,94
Stations	22,59	26,44	29,81	32,69	35,10	37,98	40,38	42,79	50,48	48,08	43,27
75 PARIS	10,98	12,86	14,49	19,07	20,47	22,16	23,56	24,96	29,45	28,05	25,24
76 ROUEN	6,34	7,42	8,37	9,18	9,85	10,66	11,33	12,01	14,17	13,49	12,14
LE HAVRE	6,34	7,42	8,37	9,18	9,85	10,66	11,33	12,01	14,17	13,49	12,14
SEINE- MARITIME	8,20	9,59	10,81	11,86	12,74	13,78	14,65	15,53	18,32	17,44	15,70
77 SEINE-ET- MARNE	11,92	13,94	15,71	20,68	22,20	24,03	25,55	27,07	31,94	30,42	27,38
78 YVELINES	11,45	13,40	15,10	19,88	21,34	23,10	25,55	26,02	30,69	29,23	26,31
79 NIORT	14,70	17,20	19,39	21,27	22,83	24,71	26,28	27,84	32,84	31,28	28,15
DEUX-SÈVRES	17,02	19,92	22,46	24,63	26,44	28,61	30,42	32,23	38,03	36,22	32,60
80 AMIENS	8,20	9,59	10,81	11,86	12,74	13,78	14,65	15,53	18,32	17,44	15,70
SOMME	10,52	12,31	13,88	15,22	16,34	17,69	18,80	19,92	23,50	22,38	20,15

**À partir de 100 kg, le tarif s'applique par tranche de 100 kg
(ex : colis de 350 kg à destination de Paris => 4 tranches à 28,05 € la tranche soit
28,05 € x 4).**

TRAITEMENT DES COMMANDES À LA CONFISERIE DUSSAILLANT

À la confiserie Dussailant, le traitement des commandes se déroule toujours selon le même processus :

Lors de la visite du commercial chez le client, celui-ci dépose un catalogue accompagné d'un bon de commande. C'est ce bon de commande que le client renvoie dûment rempli au commercial. Celui-ci recopie sur le bon de commande Dussailant en deux exemplaires les codes références et désignations des articles. Il en transmet un par voie postale à Christelle Lejeune la secrétaire et conserve le deuxième exemplaire dans son dossier client.

Avant de saisir la commande, Christelle vérifie par habitude que les codes article et les désignations sont bien conformes au catalogue. Cette saisie lui permet d'imprimer un bon de préparation qu'elle classe en fonction de la date de livraison prévue. Elle archive l'original du bon de commande dans le dossier du client. Chaque jour, Christelle transmet les bons de préparation à traiter à l'entrepôt géré par Madame Dussailant.

Celle-ci répartit les différents bons de préparation aux équipes de travail qui peuvent alors commencer l'ensachage des confiseries. Une fois cette tâche effectuée, Madame Dussailant vérifie les commandes : à partir du bon de préparation, elle réalise un pointage ligne par ligne des différents articles commandés et peut alors inscrire sur le bon de préparation le nombre de colis correspondant à la commande, et les noms des membres de l'équipe ainsi que le numéro de la table d'ensachage. Une fois ce contrôle réalisé, le chef d'équipe peut alors emballer les colis dans des cartons. Il crée une étiquette manuelle sur laquelle il inscrit, le numéro de client, le nombre de sachets par carton et le nombre de cartons total. Il réalise autant d'étiquettes qu'il y a de cartons. Une fois ces étiquettes collées, les cartons sont rangés sur des palettes puis recouvertes d'un film protecteur noir et opaque.

Pendant ce temps, les équipes remplissent une fiche de pointage sur laquelle elles indiquent les quantités de sachets préparés avec l'identification de la commande. La fiche sera transmise à Monsieur Dussailant pour contrôle de la productivité. Madame Dussailant retourne à Christelle le bon de préparation tamponné de la mention « commande effectuée le..... ». À partir de ce bon, Christelle peut alors créer la facture en 3 exemplaires dans le logiciel de comptabilité : le premier exemplaire est transmis au commercial pour qu'il puisse suivre son chiffre d'affaires et conserver ce document dans son dossier client, le second est remis à Monsieur Dussailant et archivé dans le dossier suivi des affaires de la confiserie, et le troisième est envoyé à l'entrepôt.

Madame Dussailant utilise la facture client pour saisir des informations qui seront ensuite transmises au transporteur par voie électronique. Ces informations permettront au transporteur d'imprimer un bon d'expédition et à Madame Dussailant d'imprimer une étiquette autocollante portant le nom et numéro du client ainsi que les références du colis sous la forme d'un code barres. La facture et cette étiquette sont incorporées dans une pochette plastifiée qui est fixée sur la palette.

La confiserie Dussailant utilise les services d'un seul transporteur indépendant (Schenker-Joyau) qui procède à l'enlèvement de la commande et la livre chez le client. Le transporteur fait signer un récépissé (édité grâce aux informations reçues par télétransmission de Mme Dussailant) en trois exemplaires au client. Le client et le transporteur en gardent un exemplaire et l'expéditeur transmet le troisième exemplaire à Christelle qui l'archivera dans le dossier client. En fonction des délais de paiement accordés par le commercial, Christelle reçoit le chèque du client et doit solder son compte. Elle est obligée de rechercher le numéro du compte client dans le logiciel comptable d'après le nom inscrit sur le chèque

LE RÉSEAU INFORMATIQUE DE LA CONFISERIE DUSSAILLANT



