

# BACCALAURÉAT "SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION"

## Communication et Gestion des Ressources Humaines

Session 2009

### ÉPREUVE DE SPÉCIALITÉ

Partie écrite

Durée de l'épreuve : 4 heures

Coefficient : 7

**FRANCE LABEL**

**Ce sujet comprend 5 pages de texte et 8 pages d'annexes.**

Le candidat est invité à vérifier qu'il est en possession des pages 1 à 13.

#### **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**

- |                  |   |
|------------------|---|
| <b>Annexe 1</b>  | Extrait de la revue trimestrielle « France Label Management » |
| <b>Annexe 2</b>  | Courrier de la Société des Fruits Rouges                      |
| <b>Annexe 3</b>  | Courriel de l'animateur de France Label                       |
| <b>Annexe 4</b>  | Courriel de France Label à ses clients                        |
| <b>Annexe 5</b>  | Extrait du schéma relationnel                                 |
| <b>Annexe 6</b>  | Mémento du langage SQL  |
| <b>Annexe 7</b>  | Extrait de l'entretien entre Hugo RAFAEL et Karim SAÏDI       |
| <b>Annexe 8</b>  | Mémo d'Hugo RAFAEL  |
| <b>Annexe 9</b>  | Données relatives à Anthony SAUBERVI                          |
| <b>Annexe 10</b> | Bulletin de salaire d'Anthony SAUBERVI mars 2009              |
| <b>Annexe 11</b> | Courriel d'Anthony SAUBERVI à Hugo RAFAEL                     |

## FRANCE LABEL

**France Label** est une entreprise dont le siège se trouve à Paris. Son activité consiste à être l'intermédiaire entre des prestataires de services et des entreprises qui désirent mettre en place des séminaires, des événements, des conférences ou des congrès annuels.

Les prestataires sont des hôtels français, mais également des salles de spectacles, des complexes pouvant accueillir des congrès, des sociétés de location de véhicules et autres matériels (stands, vidéo) ou encore des intervenants compétents dans le domaine de l'événementiel contribuant à la réalisation de ce type d'événements.

Les entreprises clientes sont souvent de grandes sociétés anglaises et françaises.

**France Label** est dirigée par Hugo RAFAEL, son créateur. Il est assisté par Marianne ASSE. Cinq commerciaux et un animateur de séminaire, Paul PRINCIPAL, sont rattachés à Paris.

Les commerciaux sont chargés à la fois de trouver de nouveaux clients et de développer le catalogue des prestataires certifiés par **France Label**.

L'animateur intervient sur toute la France.

**France Label** a ouvert une agence à Londres, ce qui lui permet de démarcher directement toutes les entreprises britanniques. Dans le cadre de son développement et afin de toujours proposer de nouveaux concepts, **France Label** a récemment ouvert une autre agence, à Bordeaux : **Aquitaine Label**. L'objectif est :

- de mieux exploiter les régions viticoles du sud de la France appréciées des entreprises britanniques,
- de développer le catalogue en proposant des prestataires dans le Pays Basque espagnol.

À Bordeaux, un seul salarié, Karim SAÏDI, assure pour l'instant la responsabilité de l'agence, la recherche de clients et la découverte de nouveaux prestataires.

Depuis peu, et à la demande de plusieurs entreprises clientes, **France Label** propose de prendre en charge l'intégralité des séminaires au travers d'un unique contrat d'organisation « clés en main ».

Les **dossiers** suivants sont à traiter :

1. Mise en place de séminaires « clés en main »
2. Mesure de la satisfaction des clients
3. Collaboration entre les agences
4. Recrutement pour **Aquitaine Label**.

## DOSSIER 1 – MISE EN PLACE DE SÉMINAIRES CLÉS EN MAIN (18 points)

France Label se charge de la promotion des infrastructures hôtelières auprès des entreprises clientes. Pour cela, elle dispose d'un site internet et édite une revue trimestrielle « France Label Management ». Dans le dernier numéro de cette revue, Hugo RAFAEL rappelle la stratégie du groupe et présente son souhait de poursuivre le développement des séminaires « clés en main » (**annexe 1**).

Plusieurs séminaires de ce type ont aujourd'hui été réalisés à la demande de nouveaux clients.

### Travail à faire :

À l'aide de vos connaissances et de l'**annexe 1** :

**1.1** Relever, en les classant par types, les arguments qui peuvent inciter une entreprise à faire appel à France Label pour organiser un séminaire.

Tous les séminaires réalisés ont été des succès mis à part celui qui a été organisé pour la société montpelliéraine « Société des Fruits Rouges », client historique de France Label. Cette dernière a adressé un courrier à l'agence de Bordeaux (**annexe 2**) et une copie au siège parisien. Les dirigeants de France Label prennent particulièrement à cœur ce courrier car il s'agissait du premier séminaire organisé par l'agence de Bordeaux et Karim SAÏDI ne peut se permettre de perdre cet important client. Ce courrier a également été envoyé à l'adresse électronique de l'animateur du séminaire, Paul PRINCIPAL. Convoqué, il a réagi dans un courriel adressé à Hugo RAFAEL (**annexe 3**).

### Travail à faire :

À l'aide de vos connaissances et des **annexes 2 et 3** :

**1.2** Dans un texte structuré d'une page maximum, analyser les dysfonctionnements constatés lors du séminaire. Illustrer avec des exemples tirés des annexes et dégager une conclusion.

**1.3** Pourquoi l'animateur a-t-il choisi d'envoyer un courriel à Hugo RAFAEL ?

## DOSSIER 2 – MESURE DE LA SATISFACTION DES CLIENTS (19 points)

Préoccupé par le problème rencontré avec la « Société des Fruits Rouges », Hugo RAFAEL souhaite s'assurer de la satisfaction de ses clients. Pour cela, il envisage de mettre en place sur le site un questionnaire destiné aux clients ayant participé à des séminaires organisés par les agences de la société. Ce questionnaire sera annoncé aux clients par un courriel (**annexe 4**).

### Travail à faire :

À l'aide de vos connaissances et de l'**annexe 4** :

- 2.1 Déterminer les objectifs du questionnaire voulu par Hugo RAFAEL.
- 2.2 Proposer la structure de ce questionnaire.
- 2.3 Préciser la technique de production de documents numériques à mettre en œuvre pour insérer ce questionnaire sur le site de France Label. Justifier la réponse.
- 2.4 Indiquer les étapes que Hugo RAFAEL va devoir respecter pour exploiter les réponses au questionnaire.

Le courriel présenté en **annexe 4** doit être envoyé à tous les clients français, il devra ensuite être traduit pour les clients étrangers avant d'être envoyé. De plus, Hugo RAFAEL souhaiterait revoir tous les contrats signés avec la Société des Fruits Rouges.

France Label dispose d'un système de gestion des informations automatisé commun à toutes les agences. Un extrait du schéma relationnel est présenté en **annexe 5** et un memento du langage SQL est proposé en **annexe 6**.

### Travail à faire :

À l'aide de vos connaissances et des **annexes 5 et 6** :

- 2.5 Écrire en langage SQL
  - a. La requête qui permettra d'envoyer le courriel à tous les clients français.
  - b. La requête qui permettra d'afficher tous les prestataires (nom du prestataire et désignation de la catégorie) ayant signé un contrat avec la Société des Fruits Rouges.

## DOSSIER 3 – COLLABORATION ENTRE LES AGENCES (18 points)

Afin de mettre un terme à « l'affaire » de la Société des Fruits Rouges, Hugo RAFAEL a convoqué Karim SAÏDI à un entretien au siège parisien (extrait en **annexe 7**).

### Travail à faire :

À partir de vos connaissances et de l'**annexe 7** :

- 3.1 Indiquer quel type de leader est Hugo RAFAEL. Justifier la réponse.
- 3.2 Caractériser son style de leadership. Justifier la réponse par des exemples prélevés dans l'**annexe 7**.

Cet entretien a permis de mettre en relief quelques nécessités. Notamment le fait qu'il est capital de ne pas isoler les agences. Les moyens de communication doivent permettre de maintenir un lien permanent entre la direction à Paris et les agences de Londres et surtout de Bordeaux du fait de son ouverture récente.

Hugo RAFAEL a rapidement noté ses souhaits sur un mémo qu'il adresse à son assistante, Marianne ASSE (**annexe 8**).

**Travail à faire :**

A l'aide de vos connaissances et de l'**annexe 8** :

**3.3** Préciser si le recours à une plateforme de travail collaboratif assisté par ordinateur (TCAO) constituerait une réponse à la demande d'Hugo RAFAEL.

**3.4** Présenter le principal obstacle à la bonne utilisation du TCAO chez France Label. Justifier.

**DOSSIER 4 – RECRUTEMENT POUR AQUITAINE LABEL (15 points)**

Karim SAÏDI a démarché de nombreux partenaires mettant en valeur le terroir bordelais. Il a associé à ses démarches des animations sur le même thème (casino du vin, rallye dans les vignobles, dégustations à l'aveugle...). Hugo RAFAEL est conscient de la charge de travail que représente la création de ces projets autour du vin mais il ne peut se satisfaire de ce constat, car Karim SAÏDI ne parvient plus à s'occuper de la prospection de partenaires dans les régions frontalières espagnoles et le suivi des séminaires est à améliorer. Convaincu du potentiel de l'agence de Bordeaux, Hugo RAFAEL souhaite faire épauler Karim SAÏDI dans cette fonction. Il pense opportun de recruter un commercial.

Il réfléchit à la possibilité de proposer le poste à l'un des commerciaux affiliés à Paris, Anthony SAUBERVI. Après un premier entretien, Hugo RAFAEL analyse le dossier personnel d'Anthony SAUBERVI. Un extrait de ce dossier et des conclusions du bilan de son entretien annuel sont présentés en **annexe 9**.

**Travail à faire :**

En vous appuyant sur vos connaissances et sur l'**annexe 9** :

**4.1** Préciser les avantages que présente la candidature d'Anthony SAUBERVI pour France Label.

Lors de l'entretien avec Hugo RAFAEL, Anthony SAUBERVI se révèle intéressé par le poste de l'agence de Bordeaux mais il demande que sa rémunération prenne en compte cette nouvelle responsabilité. Son bulletin de salaire du mois de mars est présenté en **annexe 10**. Il confirme ses exigences dans un courriel daté du 11 avril (**annexe 11**).

**Travail à faire :**

En vous appuyant sur vos connaissances et sur **les annexes 10 et 11** :

**4.2** Repérer les composantes de la rémunération actuelle d'Anthony SAUBERVI.

**4.3** Au cas où Hugo RAFAEL validerait la demande de Monsieur SAUBERVI, calculer le montant du salaire brut que celui-ci percevrait au mois de juin en réalisant un chiffre d'affaires identique à celui qu'il a réalisé en mars 2009 soit 38 546,74 €.

## EXTRAIT DE LA REVUE TRIMESTRIELLE « France Label Management »

Interview du dirigeant de France Label, Hugo RAFAEL.

1. *Quel est exactement votre métier ? Consiste-t-il à organiser des séminaires ou autres évènements pour le compte d'entreprises clientes ?*

**Hugo RAFAEL** : Pas exactement. Notre premier métier, c'est de mettre en relation tous les prestataires de services, hôtels, loueurs de voitures ou de matériel intervenant dans la réalisation d'évènements, avec les entreprises qui désirent mettre en place des conférences ou séminaires par exemple. Chaque mise en relation fait l'objet d'un contrat spécifique. Nous assurons la promotion des prestataires auprès de ces mêmes entreprises sous différentes formes : contact direct de nos commerciaux, revue trimestrielle et site internet.

Aujourd'hui, les plus grandes sociétés londoniennes nous font confiance. Alors, c'est vrai qu'à leur demande, nous pouvons regrouper les différents partenariats pour proposer des solutions globales. L'objectif est de satisfaire nos clients et ceux-ci trouvant cette formule intéressante, nous avons décidé de la développer.

2. *Qu'est ce qu'un séminaire France Label ?*

**H. R.** : Procédons par ordre ! Un séminaire c'est une réunion... mais améliorée, embellie, enrobée. Il se déroule sur plusieurs jours, combine des séquences de travail avec des activités ludiques et culturelles. Ces évènements sont riches, porteurs pour tous les salariés et valorisent l'image de la société.

Un séminaire France Label se doit de proposer le meilleur. Les personnes sont rassemblées dans des lieux magnifiques et peuvent à la fois se ressourcer et travailler. Je vais personnellement sur place vérifier la qualité des prestataires choisis par mes commerciaux. Chez France Label, nous n'avons pas de programme préconçu, nous nous adaptons à nos clients... et à leur budget. Nous concoctons l'ordre du jour des différentes réunions de façon précise et progressive. En fait, nos séminaires se veulent les bulles du meilleur champagne, légères parce que le ton est convivial et fines car la créativité s'y développe.

3. *Pourquoi ce choix d'activité ?*

**H. R.** : C'est un marché porteur. Les entreprises se rendent vite compte qu'elles ont besoin d'être aidées, notamment dans le choix de leurs partenaires, quand elles doivent organiser des séminaires ou autres évènements, surtout à l'étranger. La barrière de la langue, la lourdeur des formalités administratives et le temps dévolu aux négociations représentent, de l'avis de tous, une tâche fastidieuse et éreintante. Notre métier consiste à présélectionner pour elles des prestataires de services sérieux. Nous avons évoqué l'importance du lieu mais cela va jusqu'au choix du matériel, des tables, des chaises.... L'entreprise n'a plus qu'à se soucier de la signature des contrats et encore... Avec la formule clés en main, il n'y a besoin que d'une seule signature ! Nous nous chargeons de tout ! Jusqu'à la rédaction et à l'envoi des convocations aux salariés concernés.

4. *Vous venez d'ouvrir un nouveau bureau de représentation à Bordeaux. Quelle est votre stratégie ?*

**H. R.** : Dans notre métier, nous devons réussir à mettre en relation fournisseurs et clients, faire la publicité des uns auprès des autres afin d'apporter un service à chacun. Nous développer signifie développer le « catalogue » des prestataires mais aussi démarcher les entreprises pour leur faire connaître ces mêmes prestataires. Ce travail de prospection nécessite une présence locale dans le sud de la France et dans certaines régions frontalières espagnoles. Le choix de Bordeaux est apparu naturel. Le nouveau bureau de Bordeaux a ouvert sous l'enseigne « Aquitaine Label ». Il a donc pour double objectif de prospecter de nouveaux clients mais également de dénicher des partenaires en Aquitaine et au pays basque espagnol pour répondre à l'attente d'entreprises désireuses de solutions « clés en main » pour l'organisation de séminaires.

## COURRIER DE LA SOCIÉTÉ DES FRUITS ROUGES

## SOCIÉTÉ DES FRUITS ROUGES

103 allée des Vergers  
34000 MONTPELLIER

04 67 06 16 16  
[contact@sfr.fr](mailto:contact@sfr.fr)

Aquitaine Label  
Monsieur Karim SAÏDI  
137 rue du Tondu  
33000 BORDEAUX

Objet : Séminaire FLBX SFR 0802

Montpellier, le 14 février 2009

Monsieur,

Depuis plusieurs années, notre société fait appel à vos services et nous en avons toujours été satisfaits. L'ouverture de votre agence de Bordeaux nous a également ravis car nous étions à la recherche de nouvelles propositions dans cette région. Nous avons donc tout naturellement conclu avec vous un contrat pour un séminaire dédié à notre force de vente.

Ce contrat, je vous le rappelle, reprenait plusieurs nouvelles options proposées par votre agence :

- Hébergement et activités dans les vignobles de Saint-Émilion ;
- Deux réunions sur le thème de la « cohésion »... je reprends vos termes

L'animateur, salarié de votre société, devait être le gage ultime de qualité et de réussite de ce séminaire « clés en main ».

Aujourd'hui, ma déception est totale !

Les neufs commerciaux qui assurent la représentation et le développement de notre société ne m'ont jamais paru aussi divisés. La notion même d'esprit d'équipe semble une utopie. Il m'est impossible de les réunir sans qu'ils évoquent une querelle née ou développée lors de ce séminaire. Les activités et les réunions organisées par votre animateur les ont mis en concurrence, la force commerciale de ma société n'existe plus !

Après les avoir entendus individuellement, je voudrais vous faire bénéficier du retour de mes salariés concernant ce séminaire. Les activités, lors de ce séminaire, se sont résumées à des compétitions exacerbées, les réunions ne semblaient pas préparées ou du moins pas cadrées. Le matériel présent n'était pas adapté à l'ergonomie des salles et l'animateur a très rapidement perdu le contrôle de l'équipe... Point positif : l'hébergement. Vous conviendrez qu'il s'agit de bien peu en regard des enjeux.

J'attends de votre part des explications afin de décider de la suite à donner à notre collaboration.

Salutations,

Louis PAILLADE  
Directeur Général

*Copie : Hugo RAFAEL – FL Paris*

## COURRIEL DE L'ANIMATEUR DE FRANCE LABEL

☒ Séminaire Société Fruits Rouges Bordeaux 2009

Répondre Répondre ... Transférer Imprimer Supprimer Précédent Suivant Adresses

De : Paul PRINCIPAL  
 Date : 21 février 2009  
 A : [hugo.rafael@francelabel.com](mailto:hugo.rafael@francelabel.com) ; [karim.saidi@aquitainelabel.com](mailto:karim.saidi@aquitainelabel.com)  
 Objet : Séminaire St-Emilion

Monsieur RAFAEL,

J'ai bien reçu la copie de la lettre de la Société des Fruits Rouges. Je me souviens très bien de ce séminaire puisqu'il s'agissait du premier que j'animais pour l'agence de Bordeaux. J'ai d'ailleurs fait part de certaines remarques à Monsieur SAÏDI lorsqu'il me raccompagna à l'aéroport.

Ils ont raison sur un point : ce séminaire fut difficile mais de là à détruire leur force commerciale, il y a un pas. Ce pas, ils vont le faire tout seul avec cette équipe, tellement elle est minée. Chacun ne pense qu'à finir premier du challenge mis en place par la direction. Ils n'écoutent rien : dès que l'un d'eux a une idée, il y en a au moins deux ou trois qui se chargent de la détruire et de dénigrer son auteur, de peur que cette idée lui procure un avantage décisif dans leur course à la gloire ou l'argent, je ne sais pas. Ils ne se concentrent pas plus d'une heure et encore ! Qu'ils cherchent d'abord chez eux, les causes de leur problème. Même les dégustations tournaient à la rivalité !

Pour être honnête, nous avons, nous aussi, connu quelques petites hésitations... bien légitimes pour un séminaire dans un nouveau lieu. Celui ci était très bien pour l'hébergement, les salles de réunion étaient sympas mais un peu petites et la luminosité trop importante. Mais nous avons réussi de nombreux séminaires dans de telles conditions quand les participants étaient là pour travailler. Eux, ils étaient là, à la fois pour régler leurs comptes et pour s'amuser.

Je rentre de Reims demain soir. Je serai au bureau lundi comme vous me le demandez.  
 Paul PRINCIPAL

## COURRIEL DE FRANCE LABEL À SES CLIENTS

Nouveau message

Fichier Edition Affichage Insertion Format Outils Message ?

Envoyer Couper Copier Coller Réviser Vérifier Orthographe Joindre Priorité Signer Crypter Hors connex...

A : « CLIENTS »  
 CC :

Madame, Monsieur,

Nous avons le privilège de vous compter parmi nos clients les plus fidèles et nous vous remercions de cette confiance.

Afin de mieux vous satisfaire et de toujours optimiser notre collaboration, nous avons souhaité recueillir votre avis concernant nos services. Vous trouverez donc sur notre site, un questionnaire de satisfaction réservé à votre usage ([http://www.francelabel.com/agence\\_paris.asp](http://www.francelabel.com/agence_paris.asp)).

Je vous remercie de prendre quelques minutes pour nous répondre afin, qu'ensemble, nos séminaires progressent encore !

Hugo RAFAEL



## EXTRAIT DU SCHÉMA RELATIONNEL

PRESTATAIRE (code, nom, adresseRue, cPostal, ville, adrElectronique, typePrestataire)

clé primaire : code

clé étrangère : typePrestataire en référence à code de CATEGORIE

CLIENT (code, nom, adresseRue, cPostal, ville, pays, adrElectronique)

clé primaire : code

CATEGORIE (code, intitule)

clé primaire : code

CONTRAT (numero, prestataireImplique, clientQuiContracte, date, montant)

clé primaire : numero

clé étrangère : clientQuiContracte en référence à code de CLIENT

clé étrangère : prestataireImplique en référence à code de PRESTATAIRE

## MEMENTO DU LANGAGE SQL

*Notation utilisée*

- Les éléments entre crochets [ ] sont facultatifs.
- "colonne" désigne le nom d'une colonne éventuellement préfixé par le nom de la table à laquelle elle appartient : "nomTable.nomColonne".
- "élément1 [, élément2 ...]" signifie une liste d'éléments (noms de colonne par exemple) séparés par une virgule. Cette liste comporte au minimum un élément.

**Interrogation des données****Ordre SELECT**

• SELECT [DISTINCT] colonne1 [AS nomAlias1] [, colonne2 [AS nomAlias2] ...]  
 FROM nomTable1 [nomAlias1] [, nomTable2 [nomAlias2] ... ]  
 [WHERE conditionDeRestriction]  
 [ORDER BY colonne1 [DESC] [, colonne2 [DESC] ... ]]

- La liste de colonnes située après le mot *SELECT* peut être remplacée par le symbole *"\*"*.

**Condition de restriction (ou de sélection)**

Une condition de restriction (désignée dans ce memento par "conditionDeRestriction") peut être composée d'une ou de plusieurs conditions élémentaires combinées à l'aide des opérateurs logiques NOT, AND et OR, en utilisant éventuellement des parenthèses.

Conditions élémentaires	
colonne = valeurOuColonne	colonne <> valeurOuColonne
colonne < valeurOuColonne	colonne > valeurOuColonne
colonne <= valeurOuColonne	colonne >= valeurOuColonne
colonne IS [NOT] NULL	colonne LIKE filtre
colonne BETWEEN valeur1 AND valeur2	colonne IN (valeur1, valeur2, ...)

- "filtre" désigne une chaîne de caractères comportant les symboles "%" et/ou "\_".
- Les filtres peuvent être utilisés avec une colonne de type chaîne ou date.
- Certains SGDBs utilisent "\*" et "?" au lieu de "%" et "\_" pour l'écriture des filtres.

## EXTRAIT DE L'ENTRETIEN ENTRE HUGO RAFAEL ET KARIM SAÏDI

**Hugo RAFAEL** : « Nous avons un problème avec les Fruits Rouges. Qu'avez-vous fait ? »

**Karim SAÏDI** : « Bonjour Monsieur RAFAEL ».

**H. R.** : « Oui, Bonjour. Excusez-moi mais la période n'est pas aux mondanités. Quelle est votre analyse du problème ? »

**K. S.** : « Sincèrement, je pense que le problème vient du groupe de commerciaux ».

**H. R.** : « Vous me voyez dire cela à leur patron ? Je ne veux pas entendre cela... autre argument ? »

**K. S.** : « Le séminaire s'est déroulé dans un grand château de Saint-Émilion. Le lieu est prestigieux, l'hébergement de haute qualité. J'ai visité les installations. C'était un séminaire de trois jours, première journée, accueil à l'aéroport et tour de Bordeaux, déjeuner en bord de Garonne, trajet, installation à l'hôtel, visite d'un château... »

**H. R.** : « C'est bon, j'ai déjà lu le programme ! Je l'ai validé. Ce n'est pas lui qui est en jeu puisque Monsieur PAILLADE l'a signé. Je reformule : Quelle analyse du séminaire faites-vous ? »

**K. S.** : « Concernant l'organisation, les salles étaient préparées, le matériel fonctionnait. Les conditions de projection n'étaient pas extraordinaires mais bon... Les réunions ont été animées par Paul, il a eu beaucoup de difficultés à les cadrer et les faire s'écouter, m'a-t-il dit... ».

**H. R.** : « Je l'ai vu et j'ai entendu sa version. Première approximation, vous devez tout tester ! Pas uniquement ce qui est agréable comme le restaurant mais aussi les tables, les chaises, les prises, tout ! Il aurait fallu tester les conditions de projection. Ce n'est quand même pas à moi de faire votre travail. »

**K. S.** : « Bien. Concernant les activités, elles sont nouvelles en ces lieux mais elles sont rodées ».

**H. R.** : « Le problème des animations est marginal. Ce qui me préoccupe, ce sont les réunions. Comment avez-vous travaillé avec Paul, comment avez-vous vérifié son planning, ses thèmes ? »

**K. S.** : « Je ne l'ai pas contrôlé, il est plus ancien que moi dans la société. Il travaille avec vous depuis le début, il a fait ses preuves, non ? »

**H. R.** : « Deuxième erreur. Vous êtes responsable et à ce titre vous auriez dû faire le point après chaque étape du séminaire puisque c'était le premier, quitte à intervenir pour l'épauler si le public était difficile. Paul est meilleur lorsqu'il sent la pression, comme vous, j'ai l'impression. »

**K. S.** : « Non ! »

**H. R.** : « On verra. En résumé, nous avons monté un joli jouet mais des enfants dissipés l'ont cassé. Cela n'a été possible que parce que nous avons été laxistes, vous avez été laxiste ! Je veux que vous gériez Bordeaux comme je gère Paris depuis sa création sauf que vous n'êtes pas le patron, c'est moi. Vous contrôlez tout, je le répète et vous me rendez compte. Entendu ? »

**K. S.** : « Très bien, et pour notre affaire ? »

**H. R.** : « Affaire classée, je vais inviter Louis PAILLADE et nous trouverons une solution... Encore un mot, j'apprécie votre important travail de développement de nos activités mais vous devez également gérer les séminaires et par gérer, j'entends, comme vous l'avez compris, contrôler, surtout au début ! Sinon, tous vos efforts ne seront pas récompensés. La récompense, c'est la satisfaction du client, pas la nôtre ! »

## MÉMO D'HUGO RAFAEL

A l'attention de Marianne ASSE

Je veux changer le fonctionnement de nos équipes. Contactez un informaticien ou qui vous voulez, je veux :

- Savoir à tout moment où se trouvent les commerciaux et surtout Paul, notre animateur ;
- Que tous les salariés puissent mettre à jour le fichier prospects (prestataires et entreprises) ;
- Que les responsables d'agence aient accès au montage des projets et puissent intervenir à chaque étape de leur conception (de tous les projets, pas seulement des leurs) ;
- Que les contrats soient stockés dans un fichier protégé mais accessible à tous les responsables ;

Faites-moi des propositions.

## DONNÉES RELATIVES À ANTHONY SAUBERVI

### Extrait du dossier personnel

#### Coordonnées

197 allée de Catalogne  
75020 PARIS  
0657435690

#### Affectation : AGENT COMMERCIAL - Paris et Région EST

- Prospection d'entreprises
- Contact avec les CE
- Création de séminaires sur mesure

#### Situation familiale

Marié – 2 enfants  
Constance (02/2000)  
Léo (06/2006)

#### Formation

Diplômes : Bac Littéraire- Lycée Jeanne d'Albret- Paris  
Formation en anglais technique  
Deux formations interentreprises de vente et Chef de vente - Paris

### Extrait du bilan fait au terme de l'entretien de fin d'année

#### Appréciation du responsable commercial

Homme de terrain, commercial entreprenant et gestionnaire rigoureux, Anthony possède le sens de l'optimisation des résultats tout en répondant à l'exigence permanente de la satisfaction du client. Il a de plus très bien intégré nos méthodes.

#### Conclusion de l'intéressé

*Doté d'une expérience de près de 10 ans dans la vente aux particuliers, mais également aux professionnels. Après des expériences réussies dans le loisir et la publicité, je gère depuis deux ans avec une certaine réussite la zone EST. Tout au long de mon parcours professionnel, j'ai eu l'opportunité de recruter, former, animer, encadrer, coordonner et contrôler les forces de ventes. Loyal et dynamique, je souhaiterais aujourd'hui évoluer vers un poste avec de plus grandes responsabilités. Je pense être en mesure d'appuyer et dynamiser une équipe en accompagnant le développement commercial d'un réseau.*

## BULLETIN DE SALAIRE D'ANTHONY SAUBERVI (MARS 2009)

FRANCE LABEL

BULLETIN DE PAIE

<b>EMPLOYEUR</b>	N° SIRET : 400664082 00016
FRANCE LABEL	Code NAF : 8230 Z
14 rue Hans GAMPER	Convention collective n° 3301
75004 PARIS	N° URSSAF : 754 072105101

<b>PERIODE DE PAIE</b>
MARS 2009
du 1 <sup>er</sup> au 31 mars 2009
Montants exprimés en Euros

<b>SALARIE</b>	Matricule :	Coefficient	Qualification : Cadre
Anthony SAUBERVI	FLAS015	N° SS : 1720424243016 17	Abattement
197 allée de Catalogne	Emploi :	Date entrée : 01 avril 2006	Niveau
75020 PARIS	Commercial	Ancienneté : 2 ans	Echelon

<b>SALAIRE BRUT</b>	Base			<b>Paie</b>	
Salaire mensuel	151,67	8,71 €	1 321,05 €	Date	27 mars 2009
Heures supplémentaires			- €	Mode	Virement
Commission sur CA en %	38 546,74	6%	2 312,80 €	Banque	H&K Bk
<b>Total du brut</b>			<b>3 633,85 €</b>	N° compte	050802 B17

Intitulé	Nombre ou Base €	Part salariale		Part patronale	
		Taux %	Montant €	Taux %	Montant €
<b>Sécurité sociale - URSSAF</b>					
CSG Déductible	3 524,83 €	2,90%	102,22 €		
CSG et CRDS non déductible	3 524,83 €	5,10%	179,77 €		
Maladie Maternité	3 633,85 €	0,75%	27,25 €	12,80%	465,13 €
Vieillesse plafonnée - Tranche A	2 773,00 €	6,65%	184,40 €	8,30%	230,16 €
Vieillesse déplafonnée	3 633,85 €	0,10%	3,63 €	1,60%	58,14 €
Allocations familiales	3 633,85 €			5,40%	196,23 €
Accident du travail	3 633,85 €			2,10%	76,31 €
Solidarité autonomie	3 633,85 €			0,30%	10,90 €
Taxe Transport	3 633,85 €			2,60%	94,48 €
FNAL tous employeurs - Tranche A	2 773,00 €			0,10%	2,77 €
FNAL employeurs + 20 salariés	3 633,85 €			0,40%	14,54 €
<b>Chômage - ASSEDIC</b>					
Assurance chômage - Tranche A	2 773,00 €	2,40%	66,55 €	4,00%	110,92 €
Assurance chômage - Tranche B	860,85 €	2,40%	20,66 €	4,00%	34,43 €
FNGS - tranche A + B	3 633,85 €		- €	0,10%	3,63 €
APEC - tranche B	860,85 €	0,02%	0,21 €	0,04%	0,31 €
<b>Retraite complémentaire</b>					
Cadre - ARRCO - Tranche A	2 773,00 €	3,00%	83,19 €	4,50%	124,79 €
Cadre - AGIRC - Tranche B	860,85 €	7,70%	66,29 €	12,60%	108,47 €
AGFF Salarié cadre - Tranche A	2 773,00 €	0,80%	22,18 €	1,20%	33,28 €
AGFF Salarié cadre - Tranche B	860,85 €	0,90%	7,75 €	1,30%	11,19 €
Prévoyance Cadre - Tranche A	2 773,00 €		- €	1,50%	41,60 €
<b>TOTAL DES COTISATIONS</b>			<b>764,11 €</b>		<b>1 617,27 €</b>

<b>CONGES PAYES</b>		du mois	de l'année	<b>NET A PAYER en €</b>
Acquis	Charges totales	2 381,38 €	6 667,86 €	<b>2 869,74 €</b>
Pris	Coût global	5 251,12 €	14 703,15 €	<b>équivalent en Francs</b>
Restant	net imposable	3 049,51 €	8 538,63 €	<b>18 824,29 FRF</b>

Conservez ce bulletin de paie sans limitation de durée

## COURRIEL D'ANTHONY SAUBERVI À HUGO RAFAEL

✉ MOBILITÉ

Repondre Répondre ... Transférer Imprimer Supprimer Précédent Suivant Adresses

De : Anthony SAUBERVI  
Date : 11 avril 2009  
A : [hugo.rafael@francelabel.com](mailto:hugo.rafael@francelabel.com)

Monsieur,

Je tenais en premier lieu à vous remercier de la confiance que vous me faites en m'associant à votre réflexion sur le développement de France Label. J'ai bien compris qu'il s'agissait d'une étude sur l'opportunité de ma mutation vers l'agence de Bordeaux et que d'autres pistes étaient explorées.

Cette hypothèse répond à mon désir d'évolution professionnelle mais elle ne saurait se faire dans de mauvaises conditions. Après réflexion, je vous confirme les exigences qui sont les miennes pour envisager sereinement ce challenge

- Commission sur Chiffre d'affaires portée à 8 %
- Prime de mobilité de 500 € par mois et ce sur trois mois

Je reste à votre disposition pour de nouvelles discussions.  
Anthony SAUBERVI