

Rapport de Stage de fin d'études :

Projet de traçabilité de produits

Ecole Centrale Lille 2017 – 2018

Entreprise : But International

Tuteur Ecole : Ahmed RAHMANI

Tuteur entreprise : Rachel CLAISSE

Nom élève : Ivan GRAS SERAROLS

VALIDATION DU RAPPORT DE STAGE

Signature du tuteur :
Rachel CLAISSE



ATTESTATION DE NON PLAGIAT

J'atteste que mon travail est authentique et personnel :

Signature :



RESUME

But est l'un des acteurs majeurs de l'équipement de la maison en France. L'offre de stage avait pour but d'améliorer la traçabilité des produits arrivés dans l'entrepôt tout en gérant les prototypes et échantillons utilisés pour les conventions, dépliants...

Ce rapport montre en détail toutes les étapes réalisées dans le projet, de l'étude de l'existant jusqu'à l'intégration de la solution.

Il est divisé en quatre chapitres.

Le premier chapitre « *Introduction* » comprend le point de partie avant de trouver le stage.

Il contient mes intentions au moment de démarrer la recherche du stage et les motivations qui m'ont fait choisir cette opportunité.

Le deuxième chapitre « *Présentation de l'entreprise* » est lié à l'entreprise But.

Y sont expliqués les différents aspects comme l'histoire, la stratégie utilisée aujourd'hui, l'organisation de l'entreprise ainsi qu'une petite partie dédiée à la vie au siège.

Le troisième chapitre « *Déroulement du Stage* » contient toutes les informations du projet.

Le but de ce chapitre est d'expliquer avec le maximum détail quels ont été les missions réalisées, les problématiques trouvées autour de chaque une des étapes du projet.

Le chapitres « *Analyse du stage* » et « *Conclusions* » sont l'analyse de l'ensemble du stage.

Y sont décrits les écarts entre ce qui était prévu et ce qui a été finalement réalisé.

Pour terminer, une évaluation personnelle du stage est écrite, analysant les écarts trouvés dans le projet et aussi dans la mission du stage.

SOMMAIRE

Table des matières	5
Remerciements	6
Introduction	7
1. Présentation de l'entreprise	8
1.1 Histoire [1]	8
1.2 Actualité et stratégie	8
1.3 Les produits chez But	9
1.4 Vie dans l'entreprise	10
2. Déroulement du stage	11
2.1 Objectif et mission du stage	11
2.2 Le siège et le Showroom de Lognes	11
2.3 Planning du projet	12
2.4 Organigramme dans l'entreprise	14
2.5 Interlocuteurs du projet	15
2.6 PHASE I : Etude du contexte actuel	16
2.7 PHASE II : Analyse de besoins	20
2.8 PHASE III : Etude de la solution	21
2.9 PHASE IV : Intégration de la solution et conduite du changement	21
2.10 PHASE V : Démarrage	27
3. Analyse du stage & Analyse des écarts	28
4. Conclusions	29
5. Références	30
6. Annexes	31
6.1 Plan de l'entrepôt	31
6.2 Documents livraison produits	32
6.3 Documents expédition produits	33

TABLE DES MATIERES

Figure 1 Carte des magasins But en France	9
Figure 2 Vie au siège.....	10
Figure 3 Showroom de Lognes	12
Figure 4 Planning Projet	13
Figure 5 Planning Projet détaillé	13
Figure 6 Ambiance siège	19
Figure 7 Exemple Cahier des Charges	22
Figure 8 Exemple Zonage	23
Figure 9 Zonage des Racks	23
Figure 10 Flow chart Commandes plateformes	24
Figure 11 Flow chart Rétrocessions Magasins	25
Figure 12 Flow chart Validation des prototypes	26
Figure 13 Etapes pour la réalisation de l'inventaire.....	27
Annexe 1 Plan du showroom (entrepôt).....	31
Annexe 2 Etiquette produits Sourcing Chine	32
Annexe 3 Document listing livraison container	32
Annexe 4 Document expédition produits vers studios externes.....	33
Annexe 5 Demande de produits pour convention électroménager	34
Annexe 6 Demande de transfert NOSICA	35

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier l'ensemble des acteurs ayant contribué au bon déroulement du stage au sein de But International et plus particulièrement aux personnes suivantes :

Tout d'abord, remercier à **Rachel Claisse** (responsable production et contenu web – service Internet), tutrice et personne que m'a accompagné au cours du projet et que m'a déposé sa confiance à partir du premier moment.

Damian & Jocelyn (responsables du Showroom) pour m'accueillir dès un premier moment et partager avec moi son métier et problématiques.

Cyril Pascal (coordinateur logistique – service Supply Chain) pour m'accompagner dans une des étapes clés du projet et pour m'avoir aidé en tout moment à bien comprendre la gestion de l'entrepôt avec Nosica.

Paul Nak (expert fonctionnel – service informatique) pour piloter le paramétrage de l'outil de gestion de stock et m'expliquer son fonctionnement.

Thierry Leron (manager service Internet) pour me déposer sa confiance dès notre premier rencontre.

Cassandra Pereur (assistant Chef de Produit) et **Karine Fournaud** (coordinatrice équipes achats) pour m'accompagner et aider autour de la définition du nouveau processus.

Pour finir, remercier à tout le département e-commerce, en spécial à mes collègues **Guillaume France, Jonathan Geoffroy et David Gibout** pour m'accueillir dès le premier jour et me faire sentir comme les autres.

INTRODUCTION

Avant d'expliquer le déroulement de mon stage, je voudrais raconter quelles sont les motivations qui m'ont décidé à réaliser celui-ci.

En tant qu'étudiant à l'Ecole Centrale Lille, j'ai réalisé le parcours de troisième année dans l'option « Génie des Systèmes de Production » et la filière « Gestion, Audit et Conseil ». Les différents cours de l'option m'ont permis de comprendre le concept Industrie 4.0 et ses enjeux et la filière m'a permis d'apprendre des techniques de management de projet.

Au départ, je recherchais un stage lié à la supply chain ou un stage en mode projet. Lorsque j'ai trouvé l'offre de stage chez But j'ai su dès le début qu'il correspondait à mes attentes.

Les entretiens confirmaient mon choix. Le stage était une opportunité de réaliser un projet du début jusqu'à la fin, dans lequel j'aurais toute la responsabilité.

De plus, le stage était un mix de travail au bureau et travail de terrain.

La diversité des tâches dans son déploiement comme par exemple le fait de travailler avec des fichiers Excel pour établir conclusions à partir de données, ou la réalisation des réunions avec les différentes équipes pour bien connaître leurs problématiques m'ont particulièrement plu.

Enfin, même si le projet de stage n'était pas trop compliqué au niveau technique, la grosse responsabilité que j'ai eu m'a permis de développer des compétences comme l'organisation ou l'autonomie et m'a fait acquérir de nouvelles connaissances sur la supply chain.

1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

1.1 Histoire [1]

L'enseigne But est créée en 1972 par André Venturini au Havre. Avec son fils Michel, il développe rapidement le réseau grâce au système de franchise. En 1982, il y a en France 300 magasins But.

Carrefour entre au capital de But à hauteur de 47 % en juillet 1987 et cède 30 % de ses actions en décembre 1993 pour des raisons de restructuration et de recentrage. En 1997, But est acheté par le groupe anglais Kingfisher qui l'intègre au sein de sa filiale Kingfisher Electricals.

De fin mars 2008 à fin juin 2016, Darty appartenait au groupe Decomeubles Partners, une société détenue par le consortium composé de Colony Capital, Goldman Sachs et OpCapita.

Le 29 juin 2016, le fonds Clayton, Dubilier & Rice annonce être entré en négociations exclusives pour le rachat de But, aux côtés de WM Holding, véhicule d'investissement du groupe de meubles Lutz. La transaction, dont le montant n'a pas été révélé, devrait intervenir au deuxième semestre 2016¹. But serait valorisé à plus de 500 millions d'euros.

But est une enseigne française de magasins spécialisés dans l'équipement de la maison (ameublement, électroménager, image, son) filiale du groupe autrichien Lutz.

1.2 Actualité et stratégie

But est une entreprise qui facture aujourd'hui 1,8 milliard d'euros et qui compte avec autour de 7000 salariés distribués entre :

- Le siège, situé à Emerainville (Île-de-France) et où se trouvent la direction générale et les fonctions support : Achats, DSI, Supply Chain, Communication, E-commerce et Ressources Humaines.
- Un bureau « sourcing » en Asie pour travailler plus proche des fournisseurs chinois.
- Centres de gestion situés à Metz et Lorient : en charge des facturations magasins fournisseurs et le contrôle de gestion.
- 3 Plateformes logistiques (Lyon, Orleans et Châtres pour fournir aux magasins
- 303 magasins qui sont le principal chiffre d'affaires de l'entreprise.

Dans la *Figure 1* nous observons l'emplacement des 303 magasins But. Il faut distinguer entre deux types de magasins, d'un côté, les magasins qui appartiennent à l'ensemble But ; de l'autre côté, 107 magasins sont franchisés et payent un montant chaque année pour leur exploitation.

D'ailleurs, But décidait depuis 2010 de développer sa présence dans les villes, (les magasins se trouvaient seulement dans la périphérie), intégrant dans son réseau des magasins plus petits[2].

Depuis 2009, But a développé aussi une stratégie cross – canal permettant aux clients d'acheter des produits sur le site web www.but.fr. Cette stratégie est centrée autour du client, et se focalise sur la vente de produits en fonction du type de client. De plus, autres actions comme la création d'une carte But (représente un tiers des chiffres d'affaires) permet aussi d'adapter l'offre au profil du client.

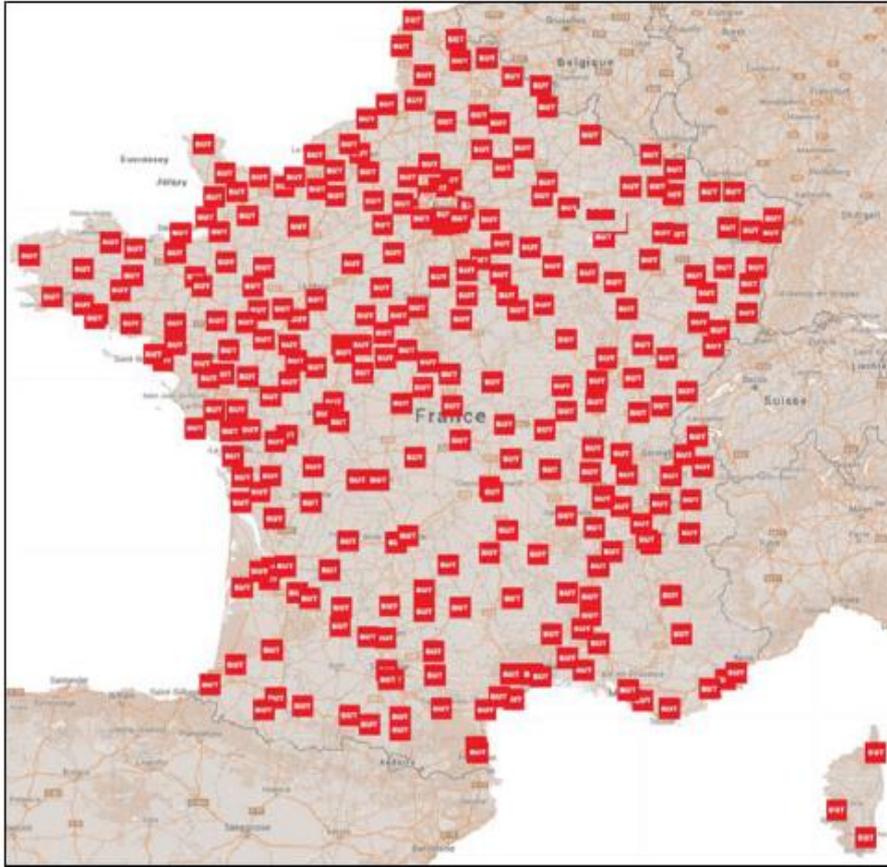


Figure 1 Carte des magasins But en France

1.3 Les produits chez But

But travaille avec plusieurs types de produits. Les produits peuvent se classer des manières suivantes :

- Classification en fonction de la famille de produit



Décoration

- **Objet déco Utilitaire**
- Tapis, Textile Luminaire



Electroménager

- **Blanc**
 - Electrodomestique
- **Brun**
 - Tv, son...



Meuble

- **Chambre Literie**
- **Cuisine Coin Repas**
- **Salon, Bureau Petit Meuble**

- Classification en fonction de la gamme :
 - Gamme Internet : il s'agit des produits qui sont exclusifs sur le site web, alors que tu ne peux pas les trouver dans les magasins. Ces produits sont nommes comme Produits Exclusifs Internet (PEI).
 - Gamme hors Internet : comprend tous les autres produits que ne sont pas dans la gamme internet. Ces produits peuvent apparaitre sur le site web ou non.

En relation aux CA de But, nous pouvons déterminer que sa ligne de produits principale est le meuble et la décoration. Aujourd'hui les produits « *meuble* » sont la base de la gamme But. Ils sont en charge de définir les grandes thématiques des collections. D'un autre côté, c'est aux produits « *déco* » de compléter aux meubles, donnant les détails aux thématiques.

1.4 Vie dans l'entreprise

Au cours du stage, j'ai découvert des diverses activités au siège ou au site web.

Par exemple, à l'intranet du site web se trouvent des informations relatives à chaque département et pôle. De cette façon tout le monde peut voir quels sont les projets ou activités réalisées par autres collègues. De plus, une mini-série avec plusieurs chapitres concernant les aventures d'un homme au siège était diffusée.

Concernant l'environnement, But est une entreprise qui a pris une vraie conscience par le développement durable. Pendant le stage, deux ateliers de recyclage et développement durable ont été réalisés. Là je me suis fourni avec une tasse à café et une bouteille de plastique recyclé pour réduire la consommation de plastique au sein du siège.

Autres mesures comme le recyclage de stylos, la suppression des poubelles par poubelles personnelles de carton ont été prises.

En plus, autres activités ont eu lieu pendant le stage. A raison de la coupe du monde, une barbaque était préparée pour les salariés et stagiaires. Joint à la barbaque, un babyfoot humain était disponible pour l'amusement des assistants.

Toutes ces activités décrites démontrent l'implication de But dans un sujet très délicat comme le développement durable et la préservation de notre planète ainsi que l'implication des employées dans les activités du siège.



Figure 2 Vie au siège

2. DEROULEMENT DU STAGE

Ce chapitre présente l'ensemble du stage. Comme il s'agit d'un stage en mode projet, le but est de donner une vision autour du contexte du projet, comme par exemple la planification ou le suivi du projet, l'introduction des interlocuteurs, les différentes phases...

Ce chapitre ne contiendra pas les principales problématiques trouvées et les différentes corrections réalisées, car cette information se trouve dans le chapitre « Analyse du Stage & Analyse des écarts »

2.1 Objectif et mission du stage

L'objectif du stage était l'amélioration de la traçabilité de produits qui arrivent à l'entrepôt de Lognes. Au moment du début, il n'y avait aucune manière de savoir combien de produits arrivaient à l'entrepôt ou si un produit était parti pour une convention, dépliant...

De plus, aucun outil informatique n'était intégré dans l'entrepôt. Dû à ceci ; beaucoup de produits étaient perdus, et les chefs de produit et autres interlocuteurs avaient besoin d'appeler les responsables du dépôt pour savoir si un produit se trouvait là ou non.

La mission du projet était de trouver un outil pour savoir où se trouve un produit à chaque instant, bien à l'intérieur du dépôt (savoir l'emplacement), bien à l'extérieur. Pour ceci, il a fallu que j'étude la situation actuelle pour bien comprendre les besoins dans le projet et à continuation la sélection et intégration d'une solution de gestion et traçabilité de stocks.

2.2 Le siège et le Showroom de Lognes

Au cours du stage j'ai travaillé en deux endroits différents : le siège et le showroom (dépôt Lognes) :

- **Siège** : réalisation de tâches comme la rédaction de documents, l'étude des solutions et surtout les réunions avec les différents interlocuteurs.
- **Showroom** : travail sur le terrain. Les journées passées là m'ont aidé à comprendre le métier des responsables du département et ses problématiques. De plus, avant de continuer avec les différentes phases du projet, il faut savoir que la distribution du dépôt était déjà optimale (Annexe 1) : les racks sont divisés en fonction du type de produit ainsi qu'en prototypes et produits en gamme.



Figure 3 Showroom de Lognes

2.3 Planning du projet

Le planning du projet a été défini au début du stage, définissant quatre principales phases et ses respectives sous – phases et tâches. Bien si après ces tâches ont été modifiés, supprimés et des autres tâches ont été ajoutés, les cinq phases ont reste sans modification.

Les phases principales du projet sont :

➤ **PHASE I : Etude du contexte actuel :**

Comme son propre nom indique, cette phase m'a permis de connaître quel est le processus actuel par rapport à la gestion des échantillons et du dépôt. Dans cette phase j'ai pu trouver quels sont les différents interlocuteurs qui interviennent et quels sont les problématiques actuelles. D'ailleurs, c'était prévu de réaliser une étude de la situation actuelle au dépôt et sa performance, mais la manque de données ne m'a pas permis de le réaliser.

➤ **PHASE II : Analyse de besoins.**

Une fois analyse et connu le processus actuel, j'ai identifié tous les besoins à accomplir avec la solution.

➤ **PHASE III : Etude de la solution.**

Cette phase consistait à réaliser une recherche de possibles solutions, et puis la sélection de la solution qui mieux s'adaptait à nos besoins.

➤ **PHASE IV : Intégration de la solution** Il s'agit de la phase la plus large de toutes. Elle comprend l'étude et compréhension du logiciel à intégrer ainsi que la définition du nouveau processus concernant la gestion des différents échantillons. Des réunions avec tous les interlocuteurs ont été réalisées pour bien définir ce nouveau processus.

➤ **PHASE V : Démarrage**

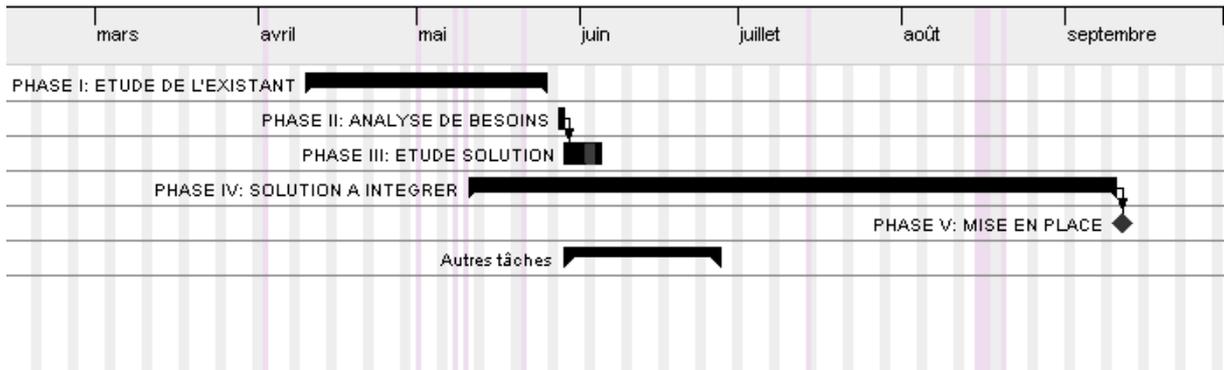


Figure 4 Planning Projet

Dans la figure précédente, la « Phase IV : Solution à intégrer » démarre avant que la phase liée à l'étude de l'existant. Ceci est dû aux restrictions entre tâches, car l'ultime tâche de la « Phase I » était l'étude de la volumétrie dans le dépôt, tâche indépendante qui n'affectait pas aux autres phases du projet.

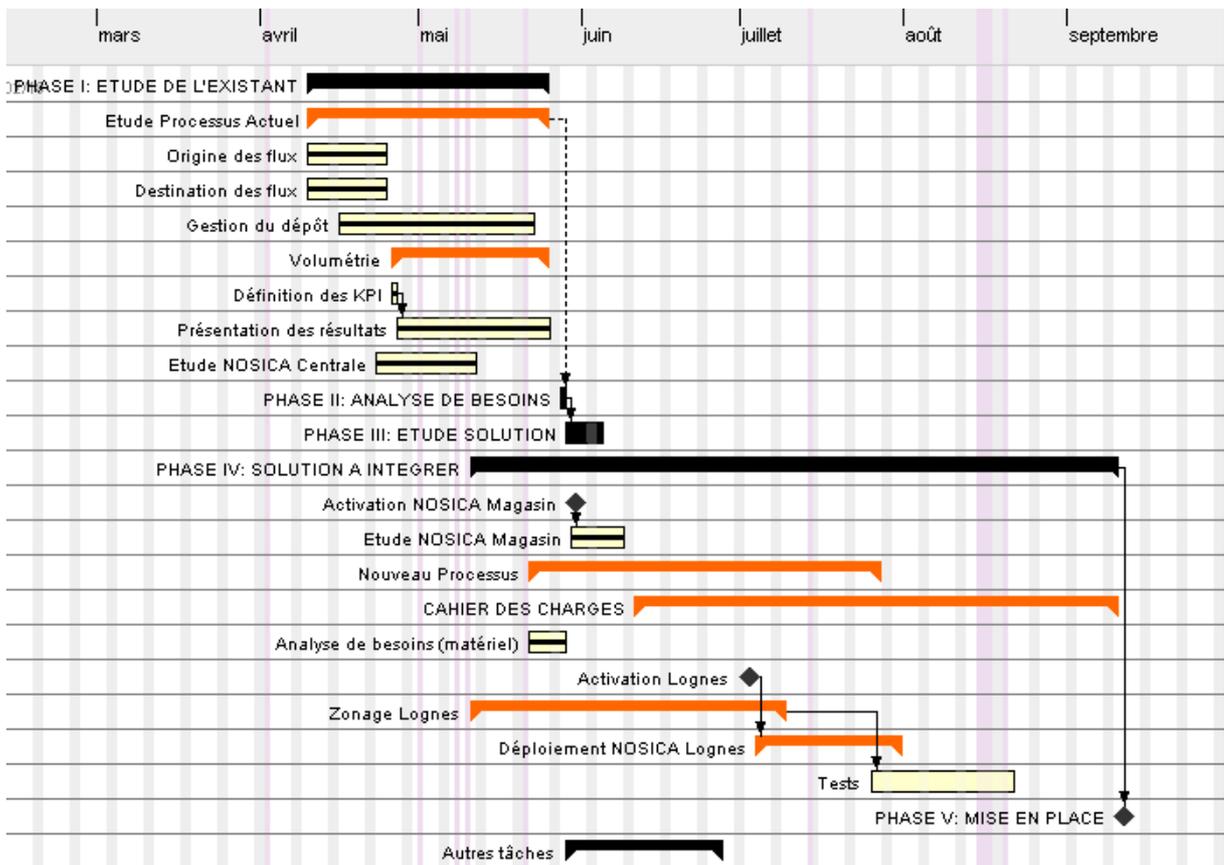
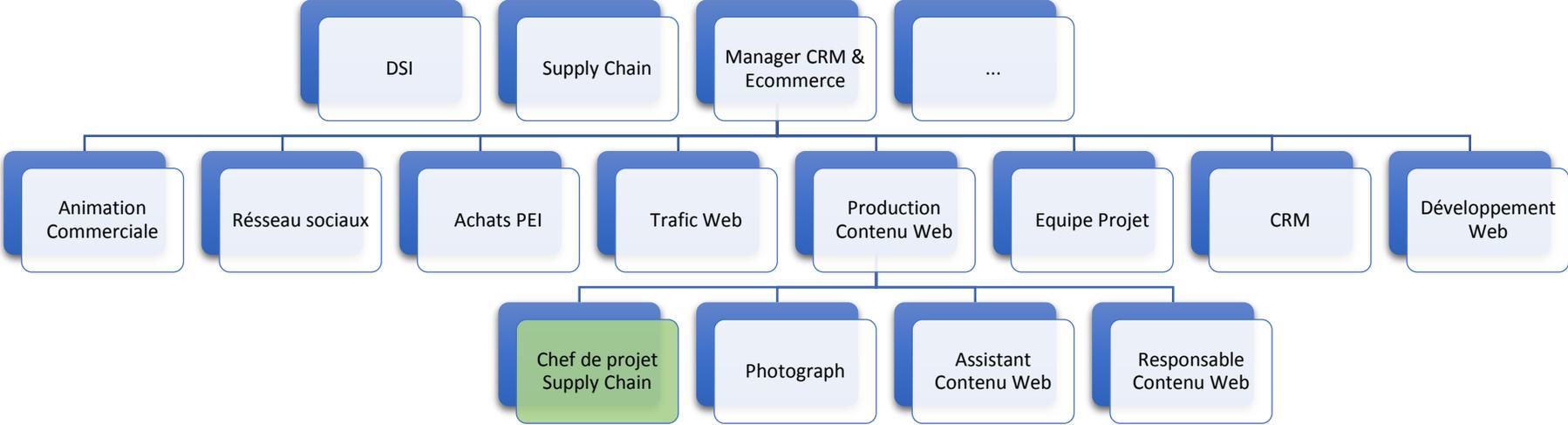


Figure 5 Planning Projet détaillé

2.4 Organigramme dans l'entreprise



Comme nous pouvons observer, le stage n'a pas été réalisé dans le département supply chain, même si le poste correspond à celui de « Chef de Projet Supply Chain ».

La raison de ceci garde relation avec l'entrepôt où j'ai réalisé le projet. Les prototypes des produits arrivent à cet entrepôt, où les différents chefs de produit devront valider ou non les échantillons. D'ailleurs, l'entrepôt contient le studio de photographie dans lequel les échantillons seront photographiés pour son postérieur mis en ligne, soient ma tutrice la responsable de ce studio (Responsable de production de contenu Web).

Même si j'ai fait le stage dans ce département, j'ai travaillé tout le temps avec des interlocuteurs qui n'appartiennent pas à celui-ci. Au département, seulement l'équipe d'achats PEI a été impacté par le projet.

Cette expérience m'a permis d'avoir une connaissance plus globale en relation au fonctionnement de l'entreprise, pouvant connaître le travail au sein de l'entreprise d'un métier dont je ne suis pas familiarisé ainsi que ses problématiques et vision du futur.

2.4.1 Points de suivi du projet

Dans le cadre du projet, j'ai travaillé de manière autonome, réalisant des points de suivi du projet avec Rachel Claisse (tutrice et responsable du studio au dépôt) et Thierry Leron (Directeur Général E-commerce et CRM).

Les points avec Rachel (une fois par semaine au peu près) ont eu comme objectif :

- Avancement et analyse du projet minutieusement.
- Prévision des RDV à faire.
- Réalisation de tâches comme commande de matériel...

Les réunions avec Thierry (une fois par mois) ont eu comme objectif :

- Expliquer les étapes réalisées et ce qui reste à faire.
- Présentation de la solution sélectionnée.
- Demande pour l'introduction aux différents départements (finance, supply chain...)

2.5 Interlocuteurs du projet

Au cours du projet j'ai travaillé avec différents départements dans les différentes étapes du projet.

- **Equipe dépôt :**

L'équipe est formée par deux garçons dont un est en charge de gérer les produits de la décoration et l'autre des produits du meuble. Ils sont les principaux bénéficiaires du projet. Dans le déroulement du projet j'ai passé des journées dans le dépôt pour bien comprendre le processus actuel et trouver quelles sont ses problématiques.

- **Supply Chain :**

J'ai travaillé avec la supply chain à partir du moment l'étude du contexte. Nous avons fait plusieurs rendez-vous afin de trouver la solution que s'adapte meilleur à nos besoins. De plus, ils nous ont accompagnés aussi dans la mise en place de l'outil.

- **Equipe production de contenu web :**

En charge de la réalisation des photos et quelques ambiances, ils travaillent à l'intérieur du dépôt. Chaque fois plus ils sont les responsables de réaliser des tournages, ambiances pour autres départements.

- **Achats :**

Département en charge de réaliser la commande et validation des échantillons dans l'entrepôt. Ils sont affectés directement par l'intégration d'un nouvel outil dans l'entrepôt, car ils doivent la maîtriser. De plus, ce nouvel outil changera la communication entre les équipes achats et les responsables dépôt.

- **Département Systèmes d'Information (DSI) :**

En charge de réaliser les fonctions techniques de la solution choisie (paramétrage, installation de l'outil, commande du matériel...)

- **Communication :**

La communication est en charge de la réalisation des dépliants et catalogues. Pour ceci, ils travaillent avec des studios externes, donc ils ont besoin de livrer les échantillons stockés dans le dépôt. L'intégration du nouvel outil aura aussi un impact sur la manière qu'ils se communiquent avec les responsables de l'entrepôt.

- **Merchandising :**

Département qui a un rôle autonome dans l'entrepôt. Dans l'entrepôt il y a une zone destinée à cette équipe, où ils réalisent des récréations des rayons des magasins, testant ainsi de cette façon.

- **Qualité :**

Département qui utilise parfois l'entrepôt pour réaliser des évaluations et études des produits. Son rôle dans le projet n'est pas trop grand mais ils ont eu besoin de s'adapter au nouveau processus aussi.

2.6 PHASE I : Etude du contexte actuel

L'entrepôt de Lognes est un entrepôt situé autour de 10km du siège But, où ils arrivent les prototypes des produits qu'après seront commercialisés dans les magasins et le site web. De plus, dans cet entrepôt se trouve un studio photo pour la prise de photos pour l'e-commerce. Ce flux de produits et cet entrepôt n'ont aujourd'hui pas d'outils de gestion de stocks, tous les processus sont manuels, de nombreux produits sont perdus, les processus de prise de photos ou sélection ne sont pas efficaces par le temps perdu à trouver les produits.

2.6.1 Commande des échantillons

La commande des échantillons est réalisée par le département Achats. Il faut différencier deux départements d'achats indépendants : le département d'achats magasin et le département d'achats pour le site web (rattaché au département e-commerce et *cross canal*). Pour rappel, les échantillons commandés par le département Achats Site Web concernent les produits exclusifs internet.

Concernant les produits du site web, le département réalise la commande des échantillons pour sa validation. La commande se réalise par email, en mettant en copie aux responsables de l'entrepôt pour qu'ils sachent la date de livraison. Parfois ils arrivent de camions sans être notifiés.

Nous pouvons différencier dans l'entrepôt deux types de produits en fonction de son étage de maturité dans le processus :

- Produits en gamme : produits qui sont vendus dans les magasins. Ces produits sont utilisés dans les conventions, studios extérieurs...
- Prototypes : échantillons livrés au Showroom pour validation par les chefs de produit. Ces produits peuvent être validés et devenir produits en gamme, ou ne pas être validés et ou bien rester au dépôt jusqu'à la vente au personnel ou bien être retournés au fournisseur.

De plus, il faut différencier entre modèle et prototype. Un modèle peut avoir différents prototypes qui arrivent à l'entrepôt. Ces prototypes peuvent être différenciés bien par son apparence ou bien par ses caractéristiques techniques.

2.6.2 Analyse des flux

2.6.2.1 Origine des flux

Les échantillons ou produits en gamme sont fournis par : fournisseurs directs, plateformes logistiques, Sourcing But et magasins.

Sourcing But

Une grosse partie des produits vient de la Chine. L'équipe en charge d'acheter ces produits s'appelle « Sourcing But » (rattaché aux Achats), et il se trouve en Chine. Ce pôle est en charge de réaliser la sélection des produits en de les envoyer au Showroom en France pour validation ou non, alors que ne sont pas les Chefs Produit qui sont en charge de sélectionner les produits.

Actuellement, il y a deux types de livraisons différentes :

- ✓ Petits colis (Annexe 2) : arrivent souvent à l'entrepôt et la quantité de produits ne surpasse pas les 10 produits normalement. Il n'y a pas de bon de livraison, seulement une étiquette avec un peu d'information sur les produits. Les chefs produits ainsi que les responsables du showroom ne sont pas au courant des produits qui vont arriver.
- ✓ Containers (Annexe 3): ils arrivent avec tout type de produits, environ 4 ou 5 par année. Dans ce cas un document Excel avec un listing (photo, nom et autres informations) des produits est mis à disposition des achats et des responsables dépôt en avance.

Concernant les coûts du processus, But doit payer les coûts de production du prototype ainsi que le transport du produit. Dans le cas que le prototype ne soit pas valide, le produit n'est pas retourné au fournisseur à cause de la distance.

Fournisseurs directs (Europe / France)

Les produits arrivent en camions de différentes destinations de la France et de l'Europe. Les bons de livraisons sont plus détaillés (données comme la référence interne fournisseur) et faciles à comprendre.

En plus, les chefs produits et assistants sont au courant des produits qui sont livrés car sont eux-mêmes qui les ont commandés.

Dans ce cas, c'est au fournisseur de payer le coût de transport et de production. Si finalement le prototype n'est pas validé, le fournisseur doit choisir s'il veut récupérer le prototype.

Plateformes logistiques

Les livraisons depuis les plateformes ne concernent pas de prototypes, sinon qu'il s'agit de livraisons de produits déjà en gamme. Les produits sont fournis par les différentes plateformes logistiques dans le territoire de la France. Ces produits sont normalement livrés pour des photos d'ambiance.

La plupart des produits fournis sont de type électroménager, car les prototypes électro ne suivent pas le processus de validation habituel. C'est-à-dire, les chefs produits n'ont pas besoin de livrer les produits pour les valider, car il s'agit de produits électroniques.

Ces produits sont payés à coût d'achat.

Magasins

D'abord, les commandes aux magasins sont la dernière option, car les produits sont payés et le stock du magasin n'est pas le même que celui de la plateforme.

Les commandes se réalisent aux magasins proches au siège. Ceci comprend appeler au magasin et le faire rechercher si le produit est en stock. Si la liste de produits à commander ou la quantité est élevée, la commande peut être partiellement refusée car elle laisse sans stock au magasin.

2.6.2.2 Destination des flux

La sortie des produits du dépôt de Lognes comprend les suivantes destinations :

- Studios Photo hors Lognes (communication)
- Présentation Presse (communication – Relation Presse)
- Siège (démonstrations ; merchandising)
- Conventions nationales (achats).
- Vente au personnel.

Les sorties de produits impliquent différents départements et pourtant, la communication entre eux doit être efficace pour éviter des complications (produit pris par un autre département).

Les sorties des produits du showroom ont différentes problématiques :

- Demandes pas standardisées
- Demande de produits absents du dépôt
- Pas de traçabilité sur les produits partis.

Conventions

Les conventions sont réalisées plusieurs fois par année pour présenter les nouvelles gammes de produits (noël, été...). Il faut différencier trois conventions différentes : la convention électroménagère, la convention cuisine et la convention Meuble & Déco, réalisée avec les produits meuble et décoration ensemble.

Chaque chef de produit prépare sa liste de produits pour la convention et l'envoie à l'entrepôt. Les listes ne sont pas standardisées, alors qu'il y a des listes faciles à comprendre et des autres plus compliquées. De plus, comme il n'y a pas de traçabilité sur les produits et les chefs produits ne connaissent pas les produits au dépôt, ils commandent les produits aux

plateformes. Parfois ces produits sont au dépôt et ceci représente un coût aux achats et de la place à l'entrepôt (Annexe 5).

Presse et studios hors Lognes

Le processus se réalise entre la communication, les achats et les responsables de l'entrepôt. Premier de tout, la communication et les achats discutent quels produits vont apparaître en ambiance. Puis, la communication envoie une liste avec les produits requis (Annexe 4). Cette liste contient une photo du produit, le nom du produit, la quantité...

Après terminer avec les produits, les studios ramènent les produits à l'entrepôt. Les responsables de l'entrepôt vérifient avec la liste la réception des produits et son état. S'il manque quelque produit ou un produit est cassé/ abimé, ils le communiquent au chef de produit concerné.

Siège

Les nouveaux produits sont exposés en forme de petites ambiances de temps en temps au siège pour que les employées puissent se familiariser avec les gammes de produits et observer les résultats de son travail. C'est le merchandising qui est en charge de ceci.



Figure 6 Ambiance siège

Vente aux employés

La vente d'un produit aux employés se réalise bien une fois le produit est sorti du marché, bien si le produit est un prototype que finalement n'a pas été validé et en plus il se trouve au dépôt.

Les différents chefs de produits décident et communiquent à l'entrepôt de Lognes quels sont les produits à vendre aux employées. La communication se réalise souvent par email, mais il peut arriver des occasions où le chef de produit doit aller à l'entrepôt de Lognes pour la validation d'un échantillon et il profite pour communiquer aux responsables les mises à jour sur les produits.

Les produits que ne sont pas vendus à la vente au personnel sont jetés ou donnés à différentes associations.

2.6.3 Etude de l'ERP de l'entreprise

Dans la phase d'étude du contexte actuel j'ai étudié aussi l'ERP de l'entreprise. Cette ERP s'appelle NOSICA et il est une solution développée en interne. Il est divisé en trois modules :

- Nosica Centrale : utilisé aujourd'hui par les chefs produits ainsi que par autres interlocuteurs du siège. Il permet de gérer les fournisseurs, créer des fiches produit et leurs respectives données (prix, illustrations, détails relatifs à la logistique...)...
- Nosica Magasin : utilisé par tous les magasin de l'ensemble BUT. Permet de gérer les commandes, la gestion du dépôt, le service après-vente (SAV)...
- Nosica Plateforme : utilisé par les plateformes pour contrôler le stock des produits et répondre aux commandes des différents magasins.

Dans ce cas, j'ai étudié Nosica Centrale. Son étude m'a permis de bien comprendre une partie du travail des chefs produits, acteurs très importants sur le processus de gestion des échantillons.

Au même temps, j'ai commencé les premières réunions avec les équipes achats pour bien comprendre le processus actuel, le cycle de vie des produits et pour déposer mes questions autour de Nosica Centrale.

2.6.4 Etude de la volumétrie dans l'entrepôt

Au début du stage, l'étude de la volumétrie était définie comme une des sous-étapes dans l'étude du contexte actuel. Cette étude avait comme objectif l'évaluation de la performance de l'entrepôt. Malheureusement, aucune donnée n'était à ma disposition sauf les données concernant les photos réalisées par produit et par année.

KPI à suivre une fois intégrée la solution :

- Taux d'échantillons reçus par échantillons retenus
- Situation de l'entrepôt concernant le type et nombre de produits

2.7 PHASE II : Analyse de besoins

Une fois la situation actuelle a été contextualisée, il faut analyser les besoins du projet. Après une réflexion profonde, les besoins du projet ont été les suivantes :

- I. Savoir à tout moment quels sont les produits stockés dans l'entrepôt et où ils sont placés
- II. Comme est que les données de chaque produit vont s'intégrer dans le système informatique.
- III. Traçabilité des produits une fois ils sont sortis de l'entrepôt.
- IV. Standardisation du processus pour la gestion des échantillons.
- V. Liaison avec le processus de photographie.

2.8 PHASE III : Etude de la solution

Une fois connue quelle est la situation actuelle et définies les besoins, j'ai commencé l'étape d'étude de la solution à utiliser.

Pour la réalisation de cette étape, j'ai travaillé en parallèle : d'un côté j'ai réalisé de rendez-vous avec la supply chain et DSI pour voir si le ERP utilisé dans les magasins But, NOSICA, était une solution qui correspondait à nos besoins ; de l'autre côté j'ai regardé sur le marché différentes solutions externes dans le cas que NOSICA ne correspondait pas à nos attentes (tâche démarrée avant la finalisation des phases II et III du projet). Dans le cas qu'une solution externe soit choisie, des appels d'offre étaient prévues.

Au début, cette phase était prévue pour une durée plus longue. La réduction de la durée est due à que la solution choisie correspond à une solution interne, alors que aucun appel d'offre était réalisé.

Suite à différents rendez-vous avec la supply chain, où nos besoins étaient exposés, nous décidions que NOSICA Magasin correspondait à nos attentes. Ceci, conjointement au fait d'être la solution la moins chère nous a fait choisir cette solution.

2.9 PHASE IV : Intégration de la solution et conduite du changement

Après la sélection de la solution, le planning du projet a été modifié. Comme il s'agit d'une solution internet, nous n'avons pas eu besoin de réaliser d'appels d'offre, en facilitant l'intégration de la solution. Cependant, des nouvelles étapes ont été ajoutées au projet.

2.9.1 Etude NOSICA Magasin

Tout d'abord, l'étude de NOSICA Magasin a été une priorité. Ceci m'a permis de connaître plus spécifiquement quelles sont les prestations de l'outil et comment les intégrer dans nos besoins. NOSICA Magasin est un outil utilisé aujourd'hui dans les 303 Magasins, et il permet de gérer les ventes, l'approvisionnement, la gestion de l'entrepôt...

Pour l'étude de ce logiciel, j'ai eu accès à une guide de l'année 2007. Bien si au cours des années beaucoup choses ont été mises à jour ou ajoutés / supprimés, elle m'a permis de bien comprendre toutes ses fonctionnalités.

Fonctionnalités principales :

- ✓ Création codes pour les prototypes
- ✓ Réalisation commandes PFL & Magasins
- ✓ Inventaires
- ✓ Consultation de stocks
- ✓ Traçabilité des sorties

2.9.2 Rédaction du cahier des charges NOSICA Lognes

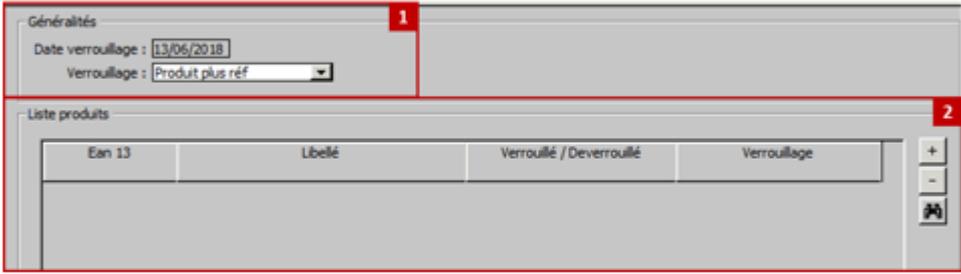
En parallèle à l'étude et intégration de la solution, j'ai écrit un cahier des charges concernant l'utilisation de NOSICA Lognes. Ce cahier des charges contient l'utilisation détaillée de chaque un des modules à utiliser dans NOSICA Lognes. Le but était de réaliser un document visuel qui fût facile à lire et à suivre.

Dans l'image nous pouvons observer le style choisi dans le cahier des charges :

8 Verrouillage des produits

Le verrouillage d'un produit se réalise depuis :

Produits → Magasin → Produits référencés → Verrouillage des produits



1 Définition du motif de verrouillage

2 En cliquant sur ou se créent / suppriment des lignes pour ajouter des produits. Le bouton  permet de réaliser la recherche des produits.

Finalement, il faudra cliquer sur *Enregistrer* pour compléter le verrouillage.

Figure 7 Exemple Cahier des Charges

Ce cahier a été envoyé aux différents interlocuteurs pour qu'ils puissent bien comprendre comment utiliser le logiciel le plus vite possible.

2.9.3 Zonage au dépôt

La première étape après l'activation du logiciel a été le zonage des différents racks au dépôt. C'est-à-dire, coller des étiquettes avec des codes de barre pour pouvoir biper les produits et stocker cette information sur la base de données du logiciel.

Pour réaliser cette étape, nous avons décidé de choisir une solution simple et efficace. Avec l'aide du département merchandising, nous avons choisi des planches micro perforés et des pochettes de plastique pour mettre les étiquettes dedans et puis les coller sur les racks.

J'ai paramétré toutes les zones sur le logiciel d'accord à une nomenclature simple :

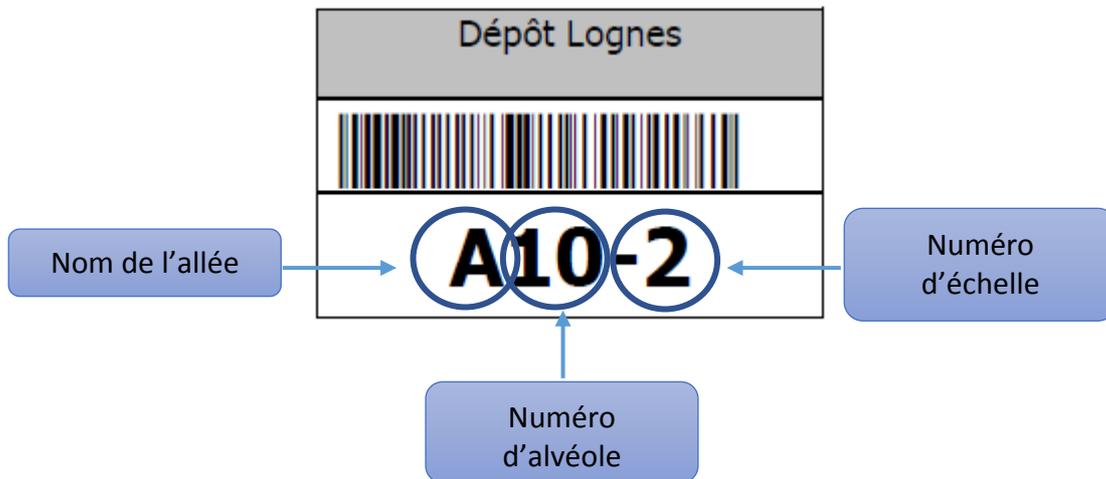


Figure 8 Exemple Zonage

La figure suivante présente le résultat du zonage.



Figure 9 Zonage des Racks

2.9.4 Installation du matériel au dépôt

Le matériel à installer au dépôt a été le suivant :

- **Douchettes d'inventaire** : douchettes pour travailler avec Nosica. Elles permettent de réaliser la liaison produit - emplacement ainsi que réaliser les inventaires.
- **Douchettes listing** : douchettes qui permettent de scanner les étiquettes des produits et créer une liste de tous les EAN en format Excel.
- **Imprimante d'étiquettes** : installation d'une imprimante d'étiquettes autocollantes pour les produits.

2.9.5 Définition du nouveau processus

Concernant la définition du nouveau processus, j'ai défini tout d'abord les principales étapes à étudier :

- I. Commande et réception des échantillons
- II. Validation des produits et Liaison avec le processus photographie
- III. Gestion des sorties

D'ailleurs, j'ai travaillé conjointement avec la DSI pour adapter le logiciel à nos besoins.

Par exemple, au niveau des commandes, dans le logiciel utilisé aux magasins les fournisseurs directs ont des Franco¹. Cette restriction a été supprimé pour pouvoir passer des commandes sans restriction d'argent.

2.9.5.1 Commande et réception des échantillons

- **Commandes aux plateformes** : ces commandes vont se réaliser à partir du logiciel, car ceci permet de suivre la commande jusqu'à la livraison totale des produits.

Ces deux types de commandes sont validés par la plateforme et le demandeur peut savoir en avance quels seront les produits livrés au dépôt.

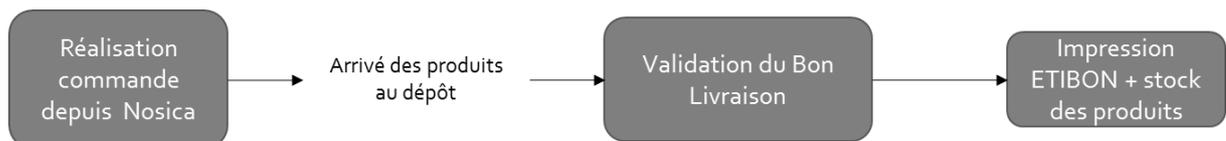


Figure 10 Flow chart Commandes plateformes

¹ Franco : quantité minime d'argent à dépasser pour réaliser une commande fournisseur.

▪ **Rétrocession aux magasins :**

La rétrocession est une commande entre magasins. Dans ce cas, entre le dépôt de Lognes et deux magasins particuliers. Les rétrocessions sont utilisées quand la livraison d'un produit est urgente et le fournisseur / plateforme ne peut pas le livrer en temps.

Le fonctionnement est assez similaire à celui des plateformes, avec la différence de ce qui demande doit s'assurer que le magasin a stock disponible pour livrer le produit.



Figure 11 Flow chart Rétrocessions Magasins

▪ **Gestion des prototypes (fournisseur direct et Sourcing):**

La gestion des prototypes dans le dépôt a été une des étapes la plus compliquée du processus. Au premier moment, l'intention était d'avoir un contrôle spécifique sur chaque un des prototypes qui arrivent au dépôt. En discutant avec les équipes achats j'ai compris que cette solution n'était pas faisable, la création d'un code provisoire pour chaque un des prototypes prend trop de temps et si le prototype n'est pas validé il ne servira à rien jusqu'à la vente au personnel.

Après plusieurs rendez-vous avec les achats et les responsables du dépôt, nous avons décidé que la solution la plus simple et efficace était la création d'un code globale pour chaque type de prototype. C'est-à-dire, toutes les tables basses en bois arrivés auront le même code EAN. De cette manière, les chefs produits et assistants n'ont pas besoin de créer des codes à chaque fois qu'un produit arrive au dépôt et nous pouvons savoir le nombre de prototypes par famille.

Par ailleurs, j'ai contacté la responsable du Sourcing But en Chine pour qu'ils envoient les fichiers avec la liste de produits à arriver par email en avance (Annexe 2). Grâce à ceci, tous seront au courant des produits à arriver et le paiement des factures sera plus simple.

2.9.5.2 Validation des prototypes et liaison avec le processus photographie

Le nouveau processus comprend la standardisation de la validation des prototypes. Une fois un produit est validé, il y a deux possibilités : le produit passe par le studio pour la prise de photos ou le produit n'a pas besoin de passer par le studio.

- ✓ Si le produit a besoin de passer par le studio, dans la demande de photo, ajouter dans les commentaires. Une fois le pack shoot est réalisé, la nouvelle étiquette sera collée.
- ✓ Si le produit n'a pas besoin du pack shoot, le chef de produit ou son/ sa assistant(e) doit communiquer par mail ou bien dans une visite au Showroom ainsi qu'envoyer une photo pour pouvoir reconnaître le produit et diminuer les probabilités d'erreur au moment d'identifier le produit.

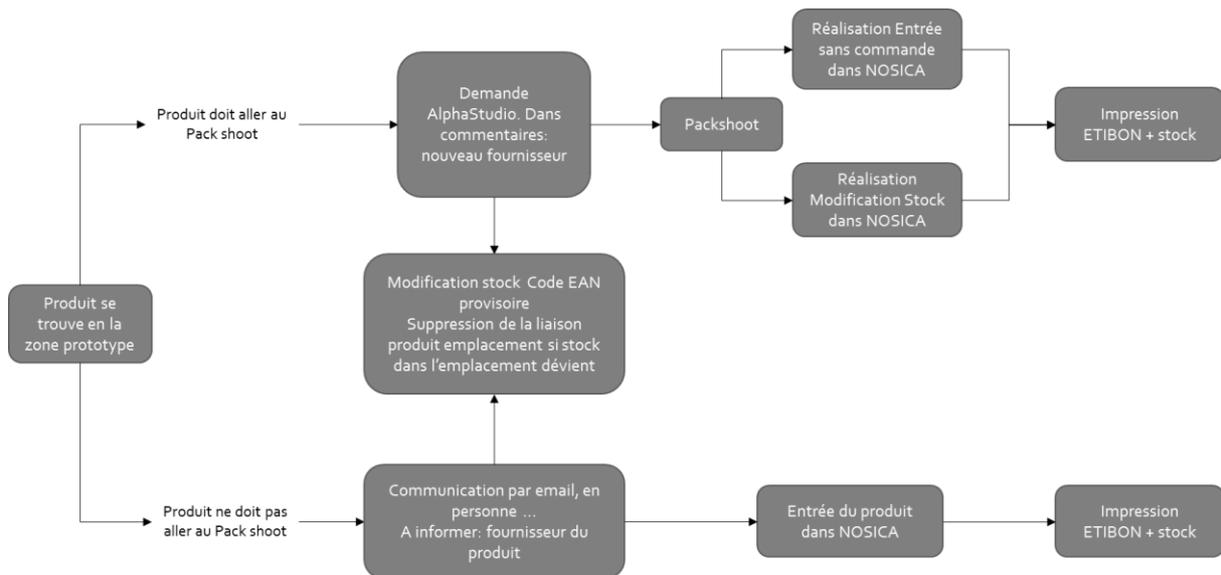


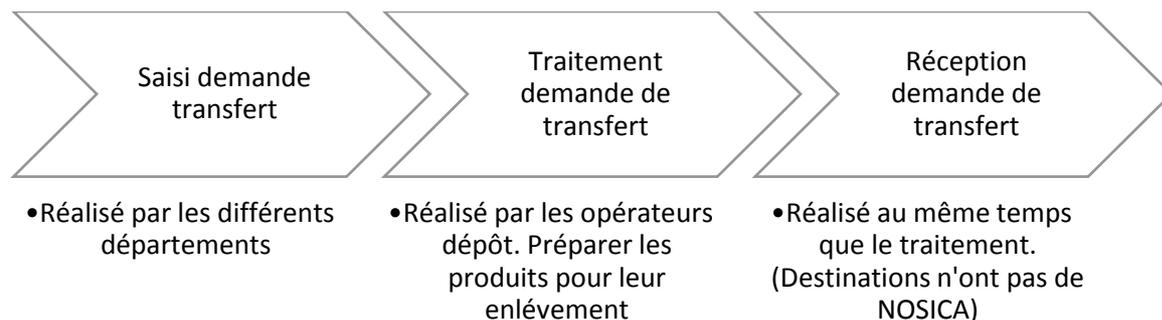
Figure 12 Flow chart Validation des prototypes

2.9.5.3 Gestion des sorties

Un des changements le plus grand du nouveau processus a lieu au moment de demander une sortie du dépôt. Si avant les sorties se réalisent grâce à des listes Excel ou Word envoyés au dépôt, maintenant ils se réalisent avec l'aide du logiciel.

Le logiciel permet de créer des demandes de transfert, spécifiant dans chaque une quels sont les produits à transférer ainsi que dans quel emplacement du dépôt se trouvent. (Annexe 6).

Une fois la demande est créée, elle est traitée par les opérateurs du dépôt. Finalement, elle est réceptionnée par l'endroit destination. Comme les sorties des produits sont ponctuelles, il est nécessaire de réaliser une nouvelle demande de transfert lorsque les produits sont revenus au dépôt.



Deux options pour rentrer les produits :

- ✓ Nouvelle demande transfert : tous les produits sont rentrés au même temps
- ✓ Modification emplacement produit : un produit à chaque fois

2.9.5.4 Rédaction du processus

En plus de la rédaction du cahier des charges pour l'utilisation du logiciel, j'ai aussi préparé un document en expliquant tout le processus à suivre.

Le document était composé par les différentes étapes du processus, en détaillant chaque une des sous – étapes avec les personnes responsables de chaque une, et dans le cas que l'action se fasse avec Nosica, où trouver le chapitre dans le cahier des charges.

De plus, pour une bonne compréhension de chaque étape, un *flowchart* explique le processus d'une façon plus visuelle.

2.9.6 Autres événements

2.9.6.1 Présentation du projet aux équipes Achats

Dans le cadre du projet, il était exposé aux équipes achats, équipes les plus affectés dans le siège. Pour ceci, une présentation power point concise et directe était préparée. L'exposition était réalisée en deux jours différents, un jour à l'équipe décoration et un autre à l'équipe meuble.

L'exposition était satisfaisante, car les équipes achats étaient au courant des problèmes au dépôt pour gérer les échantillons et ils se sont mis à notre disposition pour discuter et trouver un nouveau processus simple et effectif.

En plus, une démonstration du fonctionnement de Nosica va à être réalisé à la fin de mois, alors que l'évaluation de ce contenu ne peut pas être décrit dans ce rapport pour l'instant.

2.10 PHASE V : Démarrage

L'utilisation de l'outil et du processus défini va commencer fin septembre ou début octobre. Comme je ne serai pas là pour contrôler le processus, les différents acteurs vont se compromettre à le respecter.

De plus, le responsable du secteur ameublement, aussi responsable du Showroom, va à prendre la main sur le projet, contrôlant et faisant conscience aux différents interlocuteurs qu'il faut respecter le processus. Pour ceci, nous lui avons donné les différents contacts à la DSI et supply chain pour qu'il puisse demander d'aide si besoin.

2.10.1 Inventaire

Avec la mise en place du nouveau processus, un inventaire sera réalisé pour pouvoir intégrer dans la base de données tous les produits qui sont actuellement dans l'entrepôt.

Comme au moment de la réalisation je ne serai plus là, j'ai préparé un document en expliquant comment il doit se faire. Cette information a été expliquée aux équipes achats au même temps que le cahier des charges. Les tâches à réaliser seront :



Figure 13 Etapes pour la réalisation de l'inventaire

3. ANALYSE DU STAGE & ANALYSE DES ECARTS

Au début du stage j'attendais une diversité de tâches pour pouvoir améliorer sur différents axes, et à la fin du stage je peux assurer que c'était comme prévu. Au départ, j'ai travaillé sur Excel en analysant des données pour essayer d'évaluer la performance de l'entrepôt. Ensuite, j'ai réalisé des tâches sur le terrain comme le zonage des racks. La partie la plus gratifiante du stage, que me servira dans mon parcours professionnel, a été réalisée des réunions avec les différents départements. Les divers interlocuteurs m'ont challengé à trouver des solutions et en même temps à comprendre leurs métiers.

Tout n'a pas été facile dans le déroulement du stage. Comme dans tout projet, j'ai été confronté à des complications. Même si la solution finale a été trouvée et intégrée dans l'entrepôt, je dois exprimer mon insatisfaction concernant le *timing* du projet. Dû à diverses complications (décalage d'un mois de la solution, installation du matériel...) le démarrage de l'utilisation de l'outil a été décalé d'un mois. Ceci implique que je ne serai plus dans l'entreprise pour voir quels sont les axes à améliorer, alors qu'il sera franchement important que tout le monde respecte le processus et travaille ensemble pour l'améliorer.

De plus, au moment de définir le planning du projet nous avons défini l'étape d'étude de la volumétrie au dépôt. Finalement, je n'ai pas réussi à compléter l'étude dû au manque de données.

Pendant la définition de ce processus, j'ai été confronté à des restrictions souvent, soit par les restrictions du logiciel ou par le peu mobilisation des équipes achats. Enfin, le processus obtenu aujourd'hui n'est pas aussi performant que ce que j'avais prévu au début.

Une autre problématique trouvée a été la définition du processus. Comme le logiciel est utilisé par les magasins, il contient des restrictions qui m'ont fait redéfinir le processus plusieurs fois. Par ailleurs, la gestion de prototype a été la partie la plus difficile à réussir, mais finalement une solution efficace a été trouvée.

Je suis en mesure d'affirmer que l'étape la plus difficile de ce projet qui impacte la majorité des collaborateurs de l'entreprise est la conduite du changement, car il est compliqué pour certains de changer la façon de travailler au quotidien.

4. CONCLUSIONS

Tout d'abord, j'aimerais exprimer la satisfaction que j'ai à la fin de mon stage. La finalisation et réussite du projet représente un avancement dans mon parcours professionnel.

Cette opportunité m'a permis de travailler dans toutes les étapes d'un projet, du cadrage jusqu'au début de la conduite du changement. La responsabilité et la confiance que Rachel et Thierry ont su me donner, même au premier échange pendant l'entretien, ont été des facteurs clés pour réaliser ce stage.

La diversité des tâches m'a permis de développer différentes compétences : l'organisation et planification du temps autour du projet, en réalisant un planning et étudiant ses écarts ; une amélioration de ma communication avec des clients / interlocuteurs, grâce au pilotage des réunions ; la prise de décision et résolution de problèmes, au moment de l'intégration de la solution et de la définition du processus, où j'ai trouvé beaucoup de limitations, et où j'ai dû l'adapter aux possibilités.

Ce stage représente une étape clé pour mon apprentissage et pour mon parcours professionnel. Mes attentes dans les prochaines étapes sont de rejoindre un cabinet de conseil, car il travaille en mode projet et cherche les compétences décrites avant.

De plus, rejoindre un cabinet de conseil me permettra d'améliorer la compétence de travail en équipe, car c'est une compétence que je n'ai pas pu améliorer dans ce stage.

Enfin, je suis très fier de la réalisation de ce stage, car il m'a permis d'évoluer professionnellement et m'a orienté dans mon avenir professionnel.

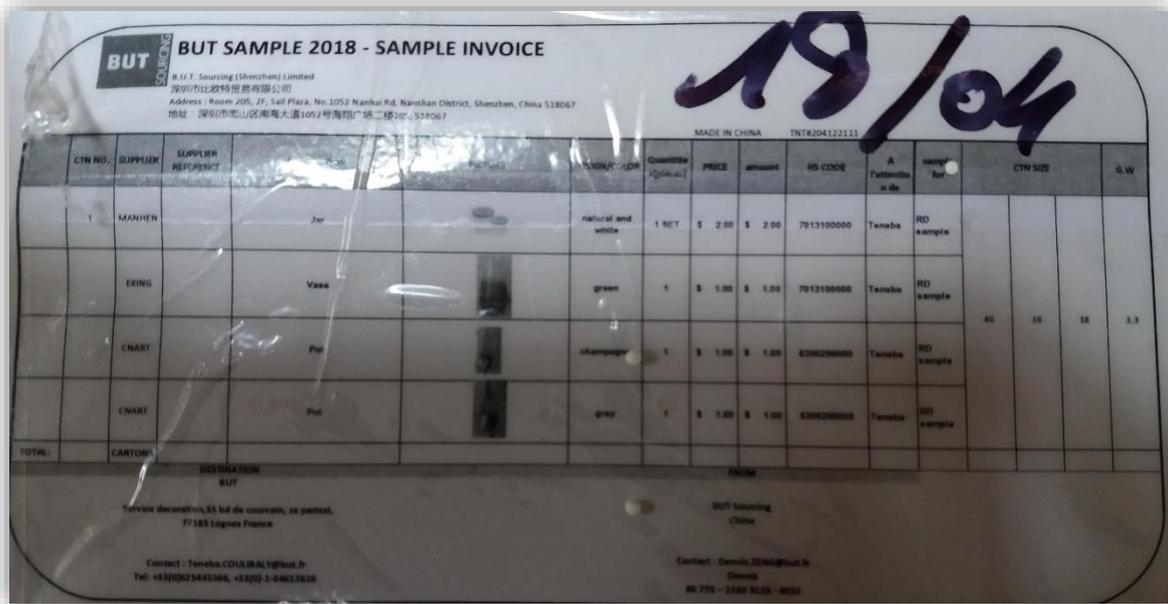
Avant clôturer ce rapport, je voudrais remercier une fois de plus les personnes qui ont participé à ce projet, spécialement Rachel qui m'a guidé et m'a aidé à tout moment et dans toutes les étapes bloquantes.

5. REFERENCES

- [1] "But international." [Online]. Available: [https://fr.wikipedia.org/wiki/But_\(entreprise\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/But_(entreprise)).
- [2] J. Saffar, "Rapport de stage de fin d'études Chef de projet Supply Chain Junior Julie SAFFAR STL & SCM."

6.2 Documents livraison produits

6.2.1 Livraison depuis la Chine



Annexe 2 Etiquette produits Sourcing Chine

SUPPLIER	HS CODE	DESCRIPTION	Sample Picture	Material	PIECE	PRODUCT SIZE (L/D x W x H) cm	CARTONS	Amount (USD)	AI	Team	Buyer	
NINGBO BAHUI FURNITURE CO. LTD	9401719000	COPACABANA SOFA SET		ALU + polywood	1	Part1 with armrest, size: L192*W69*H77cm Part2 with polywood corner table: L150*W69*H77cm Coffee table:	1	5	90.00	Y	FURNITURE	Alexandra DRINC
HOANG HUNG CO LTD	94036090	JASMINE SOFA SET		100% FSC Acacia	1	Armbench: 61.5x62x78 cm Sofa: 61.5x129x78 cm Table: 110x60x40 cm	2	5	45.00	Y	FURNITURE	Alexandra DRINC
LETRIGHT	9403.8990.00	COLON K.D. STEEL STRING SET OF 4		PE Rattan/ Metal/ polywood/ glass/ yarn-dyed fabric	1	(W)59X(D)71X(H)78C M (W)115X(D)71X(H)78 CM 83X44X(H)37CM	2	5	50.00	Y	FURNITURE	Alexandra DRINC
PT GATRA MAPAN	9403.60.90	OAKLEY CHEST 2D		Particle Board, Mdf, Paper	1	79x39x87	1	5	15.00	N	FURNITURE	SANDRA SUARD-PINQUIER
PT GATRA MAPAN	9403.60.90	OAKLEY CHEST 3DRW		Particle Board, Mdf, Paper	1	79x39x87	1	5	20.00	N	FURNITURE	SANDRA SUARD-PINQUIER
PT GATRA MAPAN	9403.60.90	OAKLEY SIDEBOARD		Particle Board, Mdf, Paper	1	120x39x87	2	5	25.00	N	FURNITURE	SANDRA SUARD-PINQUIER
EVERLATT	9403.60.9000	LIBORG NIGHTSTAND		PB	1	L50xD.39xH48.4 cm	1	5	8.00	N	FURNITURE	SANDRA SUARD-PINQUIER

Annexe 3 Document listing livraison container

6.3 Documents expédition produits

6.3.1 Demande studio hors entrepôt

Visuel	EAN	Désignation Produit	Q'	Pricé?	Ambiance	Commentaires	Etat à l'aller			Etat au retour		
CHAMBRE												
	3397702994087	Lit FEE Coloris Lilas – 90x190 cm	1	X	Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	3,3977E+12	Chiffonnier FEE Coloris Lilas – 44,6x52,4 cm	1	X	Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	3,3977E+12	Armoire 2 portes FEE Coloris Lilas – 93,3x182,8 cm	1	X	Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	3,3977E+12	Chevet FEE Coloris Lilas – 44,4x32,8 cm	1	X	Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
SEJOUR												
	5706887989838	Table basse 1 tiroir OSLO Coloris blanc/chêne – 105x62 cm	1		Ambiance n°1		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
CHAISE												
	2099901395832	Chaise pliante SIBERIE Coloris blanc	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
TAPIS												
	5415278500230	Tapis DOLCE Coloris bleu nuit – 120 x 170cm	1		Ambiance n°1		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	5415278258452	Tapis BOND 120 x 170 cm	1		Ambiance n°1		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	210804848006	Tapis SIBERIE Coloris blanc – 120 x 170 cm	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	2099901381200	Descente de lit Fourrure MILANO Coloris rose – 65 x 90 cm	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
COUSSIN												
	2099901396051	Coussin COLOR Coloris gris – 40 x 40 cm	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	3560239663119	Coussin POP CORN Coloris blanc – 40x40 cm	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	2099901395931	Coussin de sol COLOR Coloris gris – 40x40 cm	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
	2099901405517	Coussin chenille CELADON	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom
PLAID												
	3560239251309	Plaid POP CORN Coloris blanc – 125 x 150 cm	1		Ambiance n°2		<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	Showroom PDV	<input type="checkbox"/> RAS <input type="checkbox"/> RAS	<input type="checkbox"/> Abimé <input type="checkbox"/> Abimé	PDV Showroom

Annexe 4 Document expédition produits vers studios externes

6.3.2 Demande produits pour convention

GEM/PEM Convention Pedro.

Rayon	Famille	MARQUE	Dispo PFL (Qté) au 6/04	Date rdv PFL
FROID	REF US (SIDE/	SIGNATURE	-36	S17
FROID	CONGÉLATEU	AYA	Prendre celui de Lognes	
FROID	COMBINÉ	AYA	183	
FROID	RÉFRIGÉRATE	SIGNATURE	416	
FROID	CONGÉLATEU	SIGNATURE	-96	S17
FROID	RÉFRIGÉRATE	AYA	517	
FROID	RÉFRIGÉRATE	AYA	480	
FROID	CAVE A VIN	SIGNATURE	-194	S18
LAVAGE	LAVAGE	AYA		TBC
LAVAGE	LAVAGE	AYA		TBC
LAVAGE	LAVAGE	AYA		TBC
LAVAGE	LAVAGE	AYA		TBC
CUISSON ENC	FOUR	SIGNATURE	Prendre celui de Lognes	
CUISSON ENC	FOUR	SIGNATURE	Prendre celui de Lognes	
CUISSON ENC	ASPIRATION	SIGNATURE	Prendre celui de Lognes	
CUISSON ENC	TABLE	SIGNATURE	Prendre celui de Lognes	
Accessoires B	ACCESSOIRES CUISSON		2000	mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES CUISSON		3200	mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES CUISSON		9000	mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES CUISSON		4200	mi-avril
Accessoires B	ILV		237	mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ACCESSOIRES PREPARATION CULINAIRE			mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		2200	mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		4000	mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		3744	mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		1400	mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		1614	mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		5536	mi-avril
Accessoires B	ELECTRICITE & OUTILLAGE		3980	mi-avril
PEM	FMO	SIGNATURE	2113	
PEM	ASPIRATEUR	AYA	8411	
PEM	ASPIRATEUR	SIGNATURE	727	
PEM	CUISSON	AYA	3019	
PEM	CUISSON	SIGNATURE	909	
PEM	FOUR MICRO	SIGNATURE	1428	
PEM	FOUR MICRO	SIGNATURE	1542	
PEM	FOUR MICRO	SIGNATURE	880	

Annexe 5 Demande de produits pour convention électroménager

6.3.3 Demande de transfert NOSICA (nouveau processus)

EDITION le 02/08/2018 à 14:58

Bordereau de préparation N° 2938

BUT NANTES BUT INTERNATIONAL- 1 Rue AMERIGO VESPUCCI 44812 ST HERBLAIN Tél. : 08 26 25 25 25	Date de demande :	12/06/2018	Demandeur :	BREHIER FABIEN
	Référence demande :			
	Dépôt origine :	DEPOT PRINCIPAL		
	Dépôt destinataire :	Exposition		
	Commentaire demande :			

Code produit	Libellé produit	Fournisseur	Quantité	Emplacements
CHAMBRE - LITERIE				
5945827020198	DREAM JAPP CHEVET GR TISSU	5945827 : PGS SOFA & CO	1	R49
CUISINE - COIN REPAS				
3480940248484	GOSSIP BUFFET 2P/1N CHENE FONC	48094 : PARISOT MEUBLES	1	M11
3480940248521	GOSSIP BUFFET 2P/1N CHENE CLAI	48094 : PARISOT MEUBLES	1	
3537390163109	JAZZY LOT 1 BAC 1/2 + 1 EGOUT	53738 : SCD	1	Q65
3605095178343	MASTER ROUGE HAUT 40CM 1PORTE	6050900 : ALSAPAN SAS	1	
3605095178381	MASTER ROUGE HAUT 80CM 2PORTES	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q15
3605095178411	MASTER ROUGE SURHOTTE 60CM 1P	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R08
3605095178558	MASTER ROUGE BAS 60CM 1PORTE	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R18
3605095178619	MASTER ROUGE DEMI-COLONNE 1P	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R05
3605095178732	MASTER GRIS SURHOTTE 60CM 1P	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q05
3605095178756	MASTER GRIS BAS 60CM 1P+1T	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R09
3605095178855	MASTER GRIS DEMI-COLONNE FOUR	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R13
3605095178893	MASTER BLANC HAUT 80CM 2PORTES	6050900 : ALSAPAN SAS	1	
3605095178947	MASTER BLANC BAS 80CM 2PORTES	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R21
3605095178961	MASTER BLANC BAS 40CM 1PORTE	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q01
3605095178985	MASTER BLANC BAS 40CM 1P+1T	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q09
3605095179029	MASTER BLANC DEMI-COLONNE FOUR	6050900 : ALSAPAN SAS	1	
3605095179036	MASTER BLANC DEMI-COLONNE 1P	6050900 : ALSAPAN SAS	1	P29
3605095179050	MASTER CHENE HAUT 40CM 1PORTE	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q01
3605095179074	MASTER CHENE HAUT 80CM 2PORTES	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q01
3605095179081	MASTER CHENE HAUT 60CM 1PORTE	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q09
3605095179104	MASTER CHENE SURHOTTE 60CM 1P	6050900 : ALSAPAN SAS	1	Q09
3605095179135	MASTER CHENE BAS 60CM 1T+2CASS	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R08
3605095179180	MASTER CHENE BAS 40CM 1P+1T	6050900 : ALSAPAN SAS	1	R04
3605095179227	MASTER CHENE DEMI-COLONNE FOUR	6050900 : ALSAPAN SAS	1	P30