

## CORRIGÉ – CONFISERIE DUSSAILLANT

### Proposition de barème sur 70 points

| Questions à traiter – Travaux demandés   | Barème           |
|--|------------------|
| <b>Dossier 1 – Réunion au sein d'ORDISCOM</b>  |                  |
| <b>18 points</b>   |                  |
| <b>A – Organisation de la réunion</b>  |                  |
| 1.1 Caractériser le type de réunion organisée par M. Dussailant. Justifier la réponse.   | 2 points         |
| 1.2 Citer, en les classant, les éléments matériels, organisationnels et d'animation nécessaires au bon déroulement de cette réunion.   | 5 points         |
| <b>B – Analyse du phénomène d'influence</b>  |                  |
| 1.3 Comment se prennent les décisions relatives au référencement d'un nouveau fournisseur au sein de ce groupe ?   | 2 points         |
| 1.4. Comment peut-on qualifier la position de Monsieur Sedan par rapport au groupe lors de la réunion ? Justifier votre réponse.   | 2 points         |
| 1.5. Montrer comment Monsieur Sedan réussit à influencer les membres de la commission de sélection.  | 4,5 points       |
| Qualité rédactionnelle (style et orthographe)  | 2,5 points       |
| <b>Dossier 2 – La communication de LA confiserie DUSSAILLANT</b>   |                  |
| <b>17 points</b>   |                  |
| 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.  | 6 points         |
| 2.2 À quel type d'enjeu de communication le logo répond-il ? Justifier la réponse.   | 2 points         |
| 2.3 À partir des annonces A et B de l'annexe 4, identifier les différents constituants de cette communication publicitaire. Quels autres supports la confiserie pourrait-elle utiliser pour diffuser cette information ? | 7 points         |
| Qualité rédactionnelle (style et orthographe)  | 2 points         |
| <b>Dossier 3 – La performance à la confiserie DUSSAILLANT</b>  |                  |
| <b>23 points</b>   |                  |
| 3.1 Calculer le coût de l'erreur de livraison. Présenter les éléments du coût sous forme de tableau.   | 8 points         |
| 3.2 Quelle conclusion pouvez-vous tirer du résultat obtenu ?   | 2 points         |
| 3.3 Pourquoi peut-on considérer que la confiserie a été performante quant au traitement de cette erreur ?  | 2 points         |
| 3.4 Compléter l'annexe A en utilisant l'annexe 9.  | 6 points         |
| 3.5 Identifier les étapes du processus actuel de traitement qui pourraient être améliorées et proposer des solutions dans un tableau.  | 5 points         |
| <b>Dossier 4 – La configuration du réseau de la confiserie</b>   |                  |
| <b>12 points</b>   |                  |
| 4.1 Qualifier le type de réseau permettant aux commerciaux de se connecter depuis l'extérieur de l'entreprise. Justifier la réponse.   | 2 points         |
| 4.2 Expliquer le rôle du routeur.  | 1 point          |
| 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.   | 3 points         |
| 4.4 Préciser, dans une réponse structurée, où seront implantées ces données et quelles mesures de sécurité sont à envisager pour en limiter l'accès au personnel concerné.   | 4 points         |
| 4.5 Quel est l'intérêt du pare-feu dans le cadre de la sécurité du réseau ?  | 2 points         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>70 points</b> |

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

### A – ORGANISATION DE LA RÉUNION

#### 1.1 Caractériser le type de réunion organisée par M. Dussailant. Justifier la réponse.

(2 points)

*On attend une proposition justifiée par des éléments du contexte.*

La réunion est une réunion de résolution de problème (ou de prise de décision) Il s'agit en effet de décider du référencement d'un nouveau fournisseur. *accepter réunion discussion*

#### 1.2 Citer, en les classant, les éléments matériels, organisationnels et d'animation nécessaires au bon déroulement de cette réunion. (5 points)

*On attend une présentation structurée des informations en 3 catégories et au moins 4 éléments d'organisation, 2 éléments d'équipements matériels et 3 éléments d'animation (0,5 point par élément et 0,5 point pour la structure).*

##### Éléments d'organisation :

- une convocation à la réunion
- un ordre du jour
- une durée, *lieu, date*
- une disposition des tables adaptée au type de réunion et au nombre de personnes
- un coin détente pour la pause café ...

##### Éléments d'équipements matériels :

- un tableau papier ou un tableau blanc
- un vidéo projecteur, *un ordinateur*
- un bloc notes et des stylos pour les invités...

##### Éléments d'animation :

- réguler les tensions (« ne nous emballons pas... »)
- synthétiser (« Je vois que nous sommes d'accord, vous contactez ... »)
- recourir au tableau pour y noter les informations importantes
- garantir le respect de l'ordre du jour, des temps prévus...

- *écoute active*
- *adopter un style participatif*
- *favoriser la créativité*

*Accepter toute proposition cohérente en rapport avec le contexte y compris des éléments qui se trouveront dans des catégories différentes.*

### B – ANALYSE DU PHÉNOMÈNE D'INFLUENCE

#### 1.3 Comment se prennent les décisions relatives au référencement d'un nouveau fournisseur au sein de ce groupe ? (2 points)

*On attend le repérage de 2 éléments principaux ; un premier dans l'annexe 1 qui concerne le mode de fonctionnement du groupe (1 point) et un second dans l'annexe 2 qui concerne la procédure de référencement (1 point).*

- Le pouvoir de décision appartient aux 3 chefs d'entreprise, c'est-à-dire Mr Dussailant, Mr Sedan et Mme Duparc qui ont le droit de vote. (Le chiffre impair permet de prendre une décision rapidement en cas de désaccord entre les décideurs)
- La commission de sélection a mis en place une **procédure précise** pour référencer un nouveau fournisseur (Mme Duparc le rappelle d'ailleurs rapidement à Mr Sedan). Cette procédure guide et encadre la prise de décision.

G

**1.4. Comment peut-on qualifier la position de Monsieur Sedan par rapport au groupe lors de la réunion ? Justifier votre réponse. (2 points)**

*On attend la mobilisation de connaissances et sa justification par des éléments du contexte. (1 point pour la notion et 1 point pour la justification).*

Mr Sedan peut être considéré comme une **minorité active**.

Lors de la réunion, il expose son idée de référencer directement un nouveau fournisseur **sans avoir au préalable testé** ce dernier sur la qualité de ses produits et ses capacités à honorer les commandes, les délais de livraison. Il a donc **modifié la norme, la procédure**.

Mr Sedan, de par sa proposition, apporte de la **créativité** au groupe.

G

**1.5. Montrer comment Monsieur Sedan réussit à influencer les membres de la commission de sélection. (4,5 points)**

*On attend l'énoncé de 3 moyens d'influence (1,5 point par élément).*

- Mr Sedan **expose clairement son point de vue** dès le début du dialogue.
- Il exerce principalement son influence **par sa conviction**. Il énonce rapidement à la commission 3 **arguments** à savoir un produit primé, un produit de qualité et enfin un produit qui n'est pas vendu en grandes surfaces.
- Son **comportement** influence également les membres de la commission. Il reste **calme** malgré la nette opposition de Mmes Charpy et Duparc. Il répond à toutes les objections de ces 2 personnes. Il va être soutenu par Mr Leroy qui lui confère de la **crédibilité**.
- Il influence également par sa **compétence**. Il est chef d'entreprise dans le secteur de la confiserie. Il sait qu'il lui suffit de convaincre un de ses 2 confrères (ici en l'occurrence Mr Dussailant) pour faire passer sa proposition en force si nécessaire → **argument d'autorité**

*Qualité rédactionnelle (Style et orthographe) 2,5 points*

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

**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. (6 points)**

*On attend le repérage d'au moins 3 éléments et leur rapport aux valeurs essentielles que prône la charte de communication interne du GIE.*

- Le **sourire du personnage** fait référence aux notions de **convivialité, de joie, de détente** évoquées dans la charte.
- La **forme circulaire** du logo, sa rondeur symbolise la **bonne circulation de l'information, le mouvement de l'information**.
- la **perception populaire du produit** lui donne une connotation festive, celle d'une **friandise associée aux fêtes** (anniversaires, mariages, baptêmes...) synonyme de retrouvailles, d'instant de joie, de détente et d'ambiance festive et conviviale

*Accepter toute proposition cohérente qui montre que le candidat a fait le lien entre le logo et la charte*

*typographie (qualité des supports)  
code couleur (blanc des manifestations festives)  
valeur humaine (personnage)*

**2.2 À quel type d'enjeu de communication le logo répond-il ? Justifier la réponse. (2 points)**

*On attend la mobilisation de connaissances (1 point) et sa justification (1 point)*

Il s'agit d'un enjeu de reconnaissance visuelle (d'un enjeu identitaire). Il s'agit pour la confiserie de se démarquer de ses concurrents et de transmettre les valeurs telles que la douceur, la gourmandise, à ses clients. *vendre (enjeu commercial)*.

**2.3 À partir des annonces A et B de l'annexe 4, identifier les différents constituants de cette communication. Quels autres supports la confiserie pourrait-elle utiliser pour diffuser cette information ? (7 points)**

*On attend le repérage des 4 constituants (1,5 points par élément) et au moins 2 exemples de supports (0,5 par support)*

¶ L'objectif de cette communication est d'informer les clients et de se faire connaître.

La cible de cette annonce est constituée des lecteurs du journal « Paris Normandie », des clients habituels et potentiels de la confiserie, des habitants de la région fécampoise, *les particuliers*.  
Il s'agit ici d'un canal média et plus précisément de la presse.

Le support est ici un support de média de masse : un quotidien régional.

Autres supports possibles :

- Tracts publicitaires distribués dans les boîtes aux lettres
- Panneaux publicitaires devant le magasin
- Affiches placardées en ville
- Annonces diffusées sur les radios locales
- Annonces dans la presse locale
- ...

*Accepter toute proposition cohérente adaptée aux moyens financiers de la confiserie et à son contexte.*

**Qualité rédactionnelle (style et orthographe) 2 points**

*\* accepter une réponse différenciée par annonce*

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

3.1 Calculer le coût de l'erreur de livraison. Présenter les éléments du coût sous forme de tableau. (8 points)

On attend :

- une présentation sous forme de tableau (1 point) et un découpage par élément de coût (1 point).
- les calculs intermédiaires (6 points : 1 point pour les calculs des éléments 1 à 4 et 2 points pour le dernier élément)

**Coût de l'erreur d'expédition à la confiserie Dussailant en euros**

| Éléments de coûts   | Montant             |      |
|---|---------------------|------|
| 1/ Le coût de la perte de marchandise<br>70 sachets Perce-neige x 2,7 € =   | 189 €               |      |
| TOTAL 1   | 189 €               | 1pt  |
| 2/ Le travail du personnel  |                     |      |
| • Le préparateur<br>Confection des 70 sachets et préparation des 2 colis<br>(8,44 € x 1,4) x (40 + 13 + 5) min / 60 min =   | 11,42 €             |      |
| • La secrétaire comptable<br>(12 € x 1,4) x (2 x 5 min) / 60 min =  | 2,8 €               |      |
| TOTAL 2   | 14,22 €             | 1pt  |
| 3/ Les fournitures d'emballage<br>Selon annexe 7 = 29,12 € / 1,196  | 24,35               |      |
| TOTAL 3   | 24,35 €             | 1pt  |
| 4/ Les frais d'expédition<br>Fécamp – Melun<br>Sachets Perce-neige 277g x 476 = 131,85 kg<br>Tarif TRANCHE (101 – 499 kg) = 30,42 par tranche soit : 2 x<br>30,42 € | 60,84 €             |      |
| Fécamp – Rambouillet<br>3 paquets de papillotes surfines et 2 paquets de pralinées = 5 kg<br>+ 200g<br>Tarif TRANCHE (1 – 9 kg) = (ou 6 kg)<br>can 1 offert         | 11,45 €             |      |
| TOTAL 4   | 72,29 €             | 1pt  |
| 5/ Geste commercial<br>Commande mairie de Melun<br>Commande Rambouillet   | 136,00 €<br>95,00 € |      |
| • Cadeau 476 stylos = 476 x 0,20  | 95,20 €             |      |
| • Cadeau 1kg de papillotes surfines   | 5,80 €              |      |
| TOTAL 5   | 332,00 €            |      |
| TOTAL FINAL (T1 + T2 + T3 + T4 + T5) =  | 631,86 €            | 2pts |

3.2 Quelle conclusion pouvez-vous tirer du résultat obtenu ? (2 points)

On attend le repérage du surcoût. Sans exiger son chiffrage

Le coût de l'erreur s'élève à 631,86 € soit approximativement 21,80% du montant des deux commandes (631,86 € pour environ 2 900 € de commande). Ce qui est loin d'être négligeable mais absolument nécessaire pour restaurer la confiance entre la confiserie et un client fidèle (la mairie de Melun).

⇒ - cher  
- porte atteinte à l'image

**3.3 Pourquoi peut-on considérer que la confiserie a été performante quant au traitement de cette erreur ? (2 points)**

*On attend une réponse argumentée.*

L'efficacité est liée au **temps de réactivité** de la confiserie pour réparer l'erreur d'expédition. Elle solutionne le problème en 48 h. C'est un délai relativement court qui n'a pas mis en cause la **satisfaction du client** (marchandises arrivées dans des délais compatibles avec l'arbre de Noël et les fêtes de fin d'année). Ce temps de réactivité **démontre l'attention qu'elle porte à ses clients**. *Le geste commercial contribue à la qualité de l'image.*

**3.4 Compléter l'annexe A en utilisant l'annexe 9. (6 points)**

*On attend la fin du schéma soit 4 nouvelles étapes. 1,5 point par étape (à moduler en fonction de la complétude de la réponse)*

Voir schéma page suivante

**3.5 Identifier les étapes du processus actuel de traitement qui pourraient être améliorées et proposer des solutions dans un tableau. (5 points)**

*On attend le repérage d'au moins 3 dysfonctionnements et la proposition d'au moins 3 solutions adaptées sous forme d'un tableau (0,5 point). 1,5 point par proposition.*

| Étapes à améliorer   | Propositions de solutions   |
|--|---|
| Le commercial recopie en deux exemplaires le bon de commande envoyé par le client et le transmet par voie postale à Christelle. Il perd donc du temps et le bon de commande risque d'être perdu.   | Saisie d'un <b>bon de commande informatisé et transmission par voie électronique</b> directement à Christelle reliée par réseau.  |
| Lors de la saisie des références, Christelle perd du temps à vérifier celles qui sont saisies par le commercial.   | C'est un <b>contrôle inutile</b> . Le commercial dispose des mêmes références catalogues.   |
| Mme Dussaillant procède à une vérification des commandes à partir du bon de préparation.   | Afin d'éviter les erreurs de transcription, il serait souhaitable que cette vérification se fasse <b>à partir du document original</b> , à savoir le bon de commande.   |
| À l'entrepôt, le chef d'équipe crée une étiquette manuelle alors que plus tard il faudra en réaliser une deuxième, informatisée cette fois-ci. C'est donc une perte de temps, on peut supprimer une étape du processus pour le simplifier. | Il faut regrouper ces 2 étapes et ne créer qu' <b>une seule série d'étiquettes</b> informatisées. Elles seront collées sur les cartons comme à l'habitude et une d'entre elles sera conservée pour être adressée au client avec sa facture. |
| Christelle perd du temps à rechercher les références du client à partir de son nom sur le chèque.  | Prévoir un <b>coupon d'identification</b> à détacher de la facture et à joindre à tout règlement.   |

*Accepter toute proposition cohérente.*

*\* accepter une réponse scindée en 2 éléments.  
exiger qu'à chaque dysfonctionnement énoncé soit associée une solution adaptée.*



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

**4.1 Qualifier le type de réseau permettant aux commerciaux de se connecter depuis l'extérieur de l'entreprise ? Justifier la réponse. (2 points)**

*On attend le nom du réseau utilisé par les commerciaux et une justification (1 point + 1point).*

Il s'agit d'un réseau Intranet. C'est en effet un réseau privé, qui s'appuie ici sur le réseau Internet pur relier les **commerciaux, personnels de la confiserie, au réseau de l'entreprise**

**4.2 Expliquer le rôle du routeur. (1 point)**

*On attend une mobilisation des connaissances.*

Équipement d'interconnexion permettant de **lier deux réseaux.**

**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. (3 points)**

*On attend une réponse adaptée au contexte (1 point) et une explication justifiée (2 points)*

L'adresse IP de la "Nouvelle station de travail" (192.168.0.3) **existe déjà** dans le réseau. Or, une adresse IP **doit être unique** dans le réseau. Il va donc lui falloir obtenir par l'intermédiaire de l'administrateur du réseau **une autre adresse IP.**

**4.4 Préciser, dans une réponse structurée, où seront implantées ces données et quelles mesures de sécurité sont à envisager pour en limiter l'accès au personnel concerné. (4 points)**

*On attend un texte structuré en 2 parties et une mobilisation des connaissances adaptées au contexte.*

*Accepter une réponse globale qui pourra être parfois plus détaillée (cryptologie ...)*

Deux parties (**implantation et protection**)

- **Implantation**
  - Utilisation du **serveur de fichiers**
  - Création d'un dossier protégé
- **Protection**
  - Demander à l'**administrateur** la création d'un **groupe d'utilisateurs**
    - Définition de noms d'utilisateurs et de mots de passe
    - Définitions de restrictions d'accès, l'accès étant **limité à la consultation** (ou lecture) pour les commerciaux.

*1 point par réponse exacte jusqu'à 4.*

*cryptologie, antivirus, pare-feu*

**4.5 Quel est l'intérêt du pare-feu dans le cadre de la sécurité du réseau ? (2 points)**

*On attend une mobilisation des connaissances..*

Un pare-feu est un élément du réseau informatique, qui a pour fonction de **faire respecter la politique de sécurité du réseau**, celle-ci définissant quels sont les **types de communication autorisés ou interdits.**