

SESSION 2011

**CAPLP
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : ÉCONOMIE ET GESTION

Option : COMMUNICATION ET ORGANISATION

**ÉCRIT 2
ÉPREUVE DE GESTION**

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche – y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Hormis l'en-tête détachable, la copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.

Tournez la page S.V.P.

DOCUMENTS REMIS AUX CANDIDATS

Texte du sujet	pages 3 à 9
Annexe 1 : La distribution de gros.....	page 10
Annexe 2 : Répartition du chiffre d'affaires 2009 de Davigel.....	page 11
Annexe 3 : Davigel affiche ses ambitions en lançant sa nouvelle Identité visuelle.....	pages 11 et 12
Annexe 4 : L'organisation marketing chez Davigel.....	page 12
Annexe 5 : Davigel - Nos métiers	page 13
Annexe 6 : Organisation de la direction des ressources humaines.....	page 14
Annexe 7 : Compte rendu de la réunion mensuelle du 12 septembre 2010	page 15
Annexe 8 : Évolution de la répartition des effectifs Davigel entre 2000 et 2009	page 16
Annexe 9 : Évolution du taux d'absentéisme chez Davigel entre 2006 et 2009	page 16
Annexe 10 : Évolution du taux de rotation du personnel par métier chez Davigel.....	page 16
Annexe 11 : Pyramide des âges des chauffeurs-livreurs chez Davigel	page 17
Annexe 12 : Comparatif des livraisons de 2006 à 2009	page 17
Annexe 13 : Fiche de poste « chauffeur-livreur »	page 18
Annexe 14 : Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales – Article 10	page 19
Annexe 15 : La loi informatique et libertés et les blogs	pages 19 et 20
Annexe 16 : Obligation de loyauté du salarié.....	page 21
Annexe 17 : La rémunération individuelle chez Davigel.....	page 22
Annexe 18 : Modalités de calcul de la prime Everest.....	page 23
Annexe 19 : Compte rendu de la réunion du 23 septembre 2010 (extraits)	page 24

La société Davigel fabrique et commercialise des produits frais (salades, pâtisseries, produits traiteurs etc...) et surgelés (poissons, viandes, plats préparés, glaces etc...).

Ancienne entreprise familiale, la triperie David s'est développée régulièrement, grâce à une gestion prudente et à une veille permanente afin de saisir les opportunités du marché. Les structures de l'entreprise se sont transformées au fil du temps. En 1988, l'entreprise intègre le groupe Nestlé et lance l'activité réfrigérée.

Son activité est centrée essentiellement sur le secteur de la restauration hors foyer (RHF). La restauration hors foyer (RHF) désigne l'activité des entreprises de restauration collective et commerciale. Elle représente fin 2008 en France, 7,45 milliards de repas par an, dont 3,82 milliards de repas pour la **restauration commerciale** (restaurants indépendants, traiteurs, restauration chaînée), et 3,63 milliards pour la **restauration collective** (enseignement, santé, armées, collectivités). Depuis 2009, on constate que ce marché tend à stagner.

La société Davigel fait partie des cinq premiers distributeurs du marché (voir annexe 1). Elle réalise près de 60 % de son chiffre d'affaires dans le secteur de la restauration commerciale, soit 445 millions d'euros et un peu plus de 36 % dans celui de la restauration collective, soit 272 millions d'euros (voir annexe 2).

Dirigée depuis 2004 par Frédéric Fanton, elle compte 2 888 salariés. Ces derniers sont répartis sur le siège social situé à Dieppe, les trois sites de production (Barbezieux, Pontivy, Offranville), et les douze Centres Interrégionaux de Distribution (CID).

Ces centres permettent d'assurer une présence sur l'ensemble du territoire national. Chaque centre, géré par une direction administrative, dispose d'entrepôts qui favorisent une optimisation de la logistique afin de répondre à la demande en un temps minimum au niveau national, voire même international.

La force de vente a joué un rôle prépondérant dans cette entreprise. Elle est composée de technico-commerciaux ayant le statut de VRP (Voyageur Représentant Placier) qui ont une bonne connaissance des produits et des caractéristiques liées à leur mode de consommation.

Néanmoins dans un contexte fortement concurrentiel comme celui de la restauration hors foyer, la force de vente ne peut plus être le seul facteur de succès de l'entreprise. Davigel cherche à optimiser tous les contacts avec la clientèle afin de conforter sa présence sur le marché.

Monsieur Fanton a donc demandé dès 2008 à monsieur Roussel, directeur des ressources humaines, d'élargir les fonctions des chauffeurs-livreurs, en contact régulier avec la clientèle, afin qu'ils deviennent de réels relais commerciaux.

En effet, les livraisons qu'effectuent au quotidien les 588 chauffeurs-livreurs sont autant d'opportunités de faire un rapide état des lieux du stock des clients et de leur proposer de nouveaux produits.

Chaque directeur de CID, en collaboration avec son assistant de ressources humaines, a relayé cette décision auprès de ses équipes.

Cette stratégie a manifestement eu les effets attendus, puisque le nombre de livraisons est en augmentation en 2009.

Néanmoins, lors d'une réunion mensuelle des assistants ressources humaines des CID conduite par monsieur Roussel, il est signalé le malaise rencontré par les chauffeurs livreurs dans la prise en charge de cette nouvelle dimension de leur métier.

Pour pallier ce malaise et renforcer leur professionnalisation, monsieur Roussel s'interroge sur l'opportunité de développer la démarche de gestion des compétences initiée pour les technico-commerciaux.

Par ailleurs, afin d'être au plus près des préoccupations de l'ensemble des salariés, monsieur Fanton a demandé à monsieur Roussel de moderniser les outils de gestion des ressources humaines et de les adapter aux contraintes de l'entreprise.

Vous effectuez un stage à la direction des ressources humaines sous la responsabilité de Stéphane Roussel.

DOSSIER 1

DÉFINIR DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Les perspectives de croissance de Davigel sont étroitement liées au marché de la restauration hors foyer.

Il s'agit d'un débouché stratégique pour les industries agro-alimentaires compte tenu de la proportion croissante de repas pris hors domicile et de la baisse de fréquentation des chaînes de restauration.

Malgré le tassement actuel de la croissance du marché alimentaire en restauration hors foyer, les perspectives restent bien orientées, mais les mutations en cours dans ce secteur supposent des ajustements dans les stratégies des industries agro-alimentaires.

Vous disposez des annexes 1, 2, 3, 4 et 5.

1. TRAVAIL À FAIRE :

Déterminez les orientations stratégiques envisageables par Davigel pour faire face à cet environnement concurrentiel. Précisez les conséquences qui en découlent.

2. TRAVAIL À FAIRE :

Présentez les choix qui doivent être envisagés en matière de ressources humaines, selon les orientations adoptées.

DOSSIER 2

ENRICHIR LES COMPÉTENCES DES CHAUFFEURS-LIVREURS

Dossier 2.1

Il y a quelques années, un certain nombre de technico-commerciaux migrait vers la concurrence qui offrait des perspectives de rémunération et d'évolution de carrière très favorables. En 2008, la direction des ressources humaines de Davigel a initié, pour ces collaborateurs, une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences. Cette politique a permis de fidéliser et d'accroître la motivation des salariés.

Lors de leur réunion mensuelle du 12 septembre dernier, les assistants ressources humaines des CID ont signalé à monsieur Roussel, avec qui ils travaillent régulièrement (annexe 6), le malaise général ressenti par les chauffeurs-livreurs (annexe 7). Or, cette profession, à l'interface entre l'entreprise et la clientèle, est centrale pour la stratégie de Davigel.

Monsieur Roussel souhaite donc engager une démarche de gestion du personnel basée sur la reconnaissance des compétences individuelles. Il dispose d'un certain nombre d'indicateurs clefs (taux de rotation du personnel par métier, taux d'absentéisme, etc...) (annexes 8, 9, 10, 11 et 12).

Aussi, il envisage de mettre en place les moyens nécessaires et les adaptations de la politique ressources humaines qui s'avèrent indispensables pour mener à bien son projet.

1. TRAVAIL À FAIRE :

Élaborez une note permettant à monsieur Roussel de présenter et de justifier auprès de monsieur Fanton les nouvelles modalités proposées pour la gestion des chauffeurs-livreurs.

Dossier 2.2

Depuis 2008, la direction des ressources humaines a mis en place des entretiens individuels pour les technico-commerciaux. Fort de cette expérience, monsieur Roussel souhaite utiliser cet outil pour les chauffeurs-livreurs. Ainsi, leurs performances seront évaluées annuellement et leur rémunération dépendra de leurs résultats qui prendront en compte tous les éléments de leurs missions (fiche de poste en annexe 13).

Pour ce faire, il convient donc de mesurer de manière précise le portefeuille de savoir-faire de l'ensemble des chauffeurs-livreurs, de repérer les qualifications détenues en matière de conduite des véhicules et d'identifier les salariés les plus performants sur l'aspect « force de proposition ».

Il faut par ailleurs évaluer leur éventuelle capacité à encadrer les chauffeurs-livreurs nouvellement recrutés.

2. TRAVAIL À FAIRE :

Rédigez la fiche d'évaluation des chauffeurs-livreurs

3. TRAVAIL À FAIRE :

Présentez les leviers de motivation qui concilient les objectifs de l'entreprise et les aspirations des collaborateurs.

Dossier 2.3

La mise en place de la nouvelle gestion des compétences des chauffeurs-livreurs est à présent bien engagée. Monsieur Roussel désire organiser, à l'intention des assistants ressources humaines de chaque CID, une première réunion de sensibilisation à cette démarche et de présentation de ce projet.

Lors de cette réunion, il souhaite mettre en évidence l'adéquation entre la démarche engagée et la problématique à laquelle est confrontée l'entreprise aujourd'hui.

4. TRAVAIL À FAIRE :

Concevez un support permettant à monsieur Roussel d'animer sa présentation.

DOSSIER 3

CONCEVOIR UN PORTAIL RH

Dossier 3.1

Pour faciliter la gestion des ressources humaines, les dirigeants de la société Davigel souhaitent rendre accessible à l'ensemble des salariés un certain nombre d'informations. Il est donc envisagé la création d'un portail intranet. Une telle démarche ne peut s'improviser et suppose une réflexion sur les rubriques du portail, leur accessibilité et le niveau de confidentialité des informations.

Actuellement, l'accès à ces informations (en matière de rémunération, de demande de congés et de formation) se fait auprès des assistants ressources humaines de chaque CID. Ce mode de fonctionnement implique que les demandes et les réponses apportées par les responsables fassent des navettes entre le siège et les CID. Les procédures sont manuelles et impliquent le recours à des supports papiers entraînant de nombreuses erreurs.

Pour éviter ces circuits, ce portail devra permettre :

- un accès à des informations générales (demande de congés, règlement intérieur, etc),
- un accès direct à son dossier personnel.

L'accès au portail pourra se faire :

- à partir du poste de travail pour les salariés qui ont un accès à l'intranet,
- à partir de bornes en libre accès pour les autres salariés.

1. TRAVAIL À FAIRE :

Concevez un support qui permettra d'identifier le contenu des rubriques à mettre en ligne, des applications liées à la gestion des ressources humaines accessibles et mobilisables sur ce portail. Envisagez les moyens qui permettront de sécuriser les accès en fonction des utilisateurs et des rubriques.

Dossier 3.2

Une difficulté a été soulevée à maintes reprises lors des réunions de direction. L'organisation territoriale actuelle de la société ne permet pas à la direction des ressources humaines d'être au plus près des préoccupations des salariés. Monsieur Roussel souhaite établir une proximité entre les salariés de l'ensemble des sites, afin d'améliorer le climat social au sein de l'entreprise.

À cet effet, il envisage la création d'un espace de travail dédié à chacun, via un blog sur le portail. Celui-ci devra permettre aux salariés des différents sites d'échanger des informations entre eux et avec la direction.

Madame Frébourg, responsable juridique de l'entreprise a alerté monsieur Roussel sur l'impossibilité d'interdire aux salariés de s'exprimer librement sur ce blog et sur la nécessité de fixer les règles de base qui protégeront l'entreprise des possibles dérives (insultes, diffamations, problèmes de confidentialité, etc).

Vous disposez d'une documentation juridique (annexes 14, 15 et 16).

2. TRAVAIL À FAIRE :

Élaborez une charte d'utilisation de ce blog qui sera insérée dans le règlement intérieur.

Dossier 3.3

Un module du portail permettra le suivi de la rémunération de certaines catégories de personnels et fournira à l'ensemble des salariés des indicateurs sur la paie.

A l'heure actuelle, les VRP et les cadres de la force de vente perçoivent une commission, la prime Everest, liée aux résultats obtenus. Monsieur Roussel a obtenu l'accord de la direction pour étendre ce système de rémunération aux chauffeurs-livreurs.

C'est aussi l'occasion d'intégrer un nouvel élément dans la rémunération de ces personnels, la prime Éco Conduite, dont le montant est déterminé en fonction de l'économie de la consommation de gasoil, dès lors qu'elle dépasse les 5 % :

- 50 euros lorsque celle-ci diminue de moins de 10 %,
- 90 euros dans le cas d'une diminution de 10 à 12 %,
- 120 euros au-delà.

La période de référence pour le calcul des primes part de la dernière semaine du mois jusqu'à la troisième semaine du mois suivant.

Vous disposez des éléments de calcul des salaires des chauffeurs-livreurs dans les annexes 17, 18 et 19.

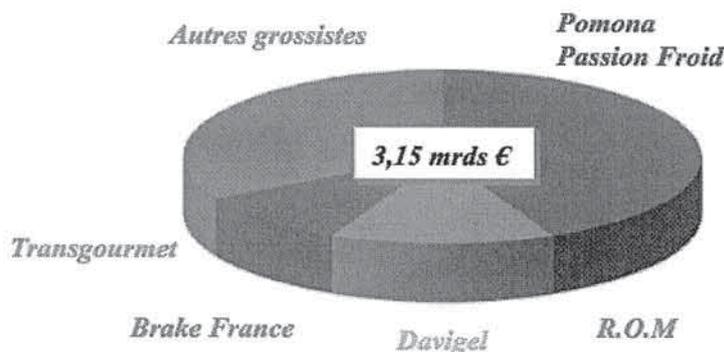
3. TRAVAIL À FAIRE :

Préparez les tableaux qui permettront aux chauffeurs-livreurs de suivre leur rémunération mensuelle. Ceux-ci devront intégrer la prime Everest et la prime d'Éco conduite.

ANNEXE 1

La distribution de gros

Elle est historiquement concentrée, et les 5 premiers distributeurs détiennent ensemble près de 75 % des ventes totales à la RHF.



- **POMONA PassionFroid** est un solide leader avec un chiffre d'affaires en forte progression (notamment en 2008 avec la conquête d'ELIOR*). Le distributeur est leader sur 3 des 4 segments de la RHF (à l'exception de la restauration commerciale indépendante) et constitue l'interlocuteur privilégié des grands comptes de la restauration collective ou des cafétérias.
- **R.O.M** rassemble 30 distributeurs concessionnaires, avec un chiffre d'affaires qui n'a progressé que de 10 % depuis 2005. Néanmoins, le groupement est leader auprès de la restauration commerciale indépendante grâce à sa large gamme de crèmes glacées qui représentent près de 30 % de son CA global.
- **DAVIGEL DAVIFRAIS**, filiale du groupe NESTLÉ, a vu son chiffre d'affaires progresser dans les mêmes proportions que ROM, avec un CA se partageant pour 90 % en surgelés et pour 10 % en glaces. Le distributeur est numéro 2 sur tous les segments de la RHF.
- **BRAKE France**, filiale du groupe britannique éponyme, a également progressé de 10 % depuis 2005, mais offre aujourd'hui la possibilité d'un approvisionnement complet grâce à la reprise de RAULT Distribution. La stratégie semble calquée sur celle du groupe POMONA ou de TRANSGOURMET. Ses positions sont homogènes sur les 4 segments de la RHF.
- **TRANSGOURMET**, distributeur "full line", réalise 17 % de son CA avec les produits surgelés et les glaces, mais détient de bonnes positions auprès des comptes-clés (notamment dans l'hôtellerie) et auprès des sociétés de restauration collective.

Derrière ces leaders, on trouve des sociétés intégrées – EVEN, DS Restauration, COUP DE PATES – et des groupements – UDIGEL, FRANCE FRAIS, FRANCAP – qui assurent environ 1/4 des livraisons à la RHF. La spécialisation de COUP DE PATES, avec les produits surgelés de panification, semble réussir puisque le CA a bondi de 34 % en 3 ans.

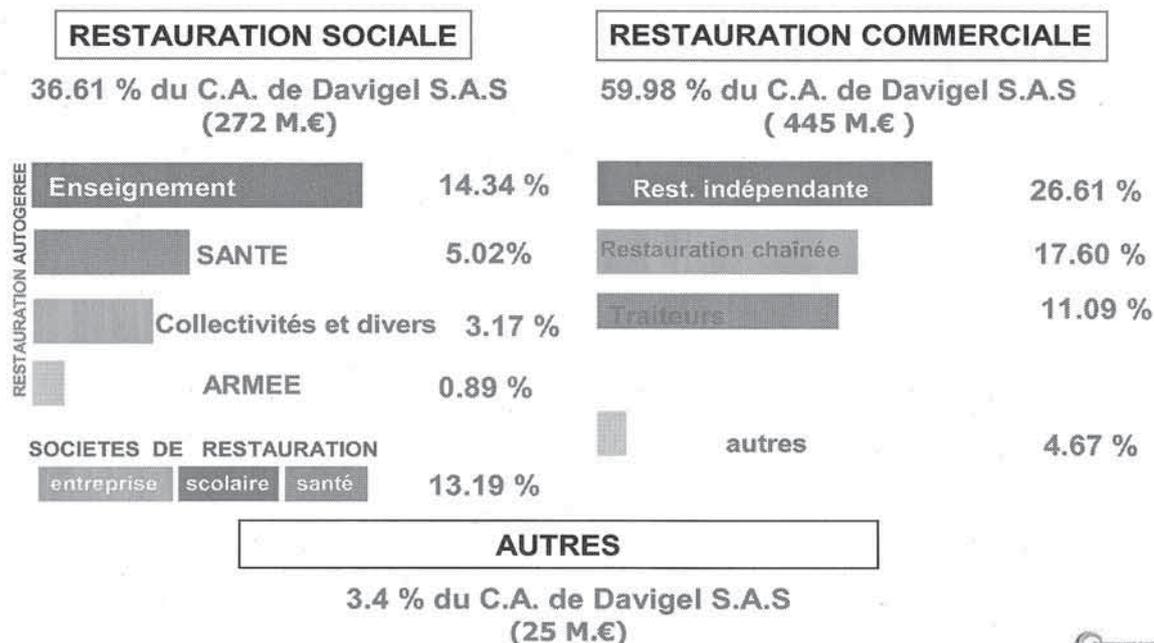
D'après www.girafoodservice.com

*ELIOR : Groupe de restauration collective et de services associés

ANNEXE 2



Répartition du C.A. 2009 de Davigel S.A.S. : 742 M€ dont Belgique



* Restauration sociale = restauration collective

ANNEXE 3

DAVIGEL affiche ses ambitions en lançant sa nouvelle identité visuelle

"Partenaire de votre réussite", telle est la promesse soulignée par le nouveau logo de la marque DAVIGEL, l'un des leaders pour les produits surgelés, réfrigérés et glaces destinés aux professionnels de la restauration. En adoptant une communication résolument tournée vers le service à ses clients, DAVIGEL a pour ambition d'apporter des solutions produits et services aux professionnels de la restauration.

"Après une réflexion de plus de deux ans, nous avons décidé de recentrer notre communication exclusivement sur la marque DAVIGEL " déclare Frédéric Fanton, Directeur Général de DAVIGEL SAS. " C'est DAVIGEL qui porte la réputation commerciale de l'entreprise mais aussi son histoire, sa culture et ses valeurs, entièrement tournées vers la réponse aux attentes de nos clients ".

DAVIGEL va encore plus loin en simplifiant son portefeuille de marques qui s'organise désormais autour de deux pôles, un pôle offre produits et un pôle offre services.

"Nous nous sommes appuyés sur nos marques existantes les plus fortes pour bâtir une architecture de marques solide qui va structurer notre offre et concentrer nos actions pour les années à venir ", ajoute encore Frédéric Fanton.

Coté pôle offre produits, DAVIGEL rénove Terre et Mer avec un nouveau logo "haut de gamme" qui séduira la cible privilégiée de la marque, la belle restauration. Au sein de ce pôle « produits », DAVIGEL lance également une nouvelle marque. « Création Brigade », qui portera les produits élaborés et de mise en place. Des entrées aux desserts, la marque signera près de 200 produits.

Concernant la création d'un pôle « Offre Services », DAVIGEL s'appuie tout d'abord sur la marque NutriServices. Créé il y a onze ans, c'est la référence en matière de conseil en nutrition destinés aux professionnels de la restauration.

La restauration sociale, à l'aube de la mise place des recommandations du GEMRCN*, trouvera en NutriServices les conseils pertinents lui permettant de faire face à ce nouveau challenge. DAVIGEL vient de signer avec la Ministre de la Santé, une Charte d'Engagement Volontaire de Progrès Nutritionnel qui vient récompenser les actions de l'entreprise depuis de nombreuses années. Mais dit-on chez DAVIGEL : " Certes c'est une très grande fierté d'être les premiers dans notre secteur, mais c'est surtout pour nous un formidable encouragement à aller plus loin ".

La grande nouveauté dans le domaine des services est la création d'une offre complète de formations spécialement conçues pour les professionnels de la restauration. Cette offre sera portée par la marque Formation & Expertise, elle sera composée de près de 20 modules, combinant théorie et applications pratiques, développés par les meilleurs experts. Cette offre prendra son essor avec la construction à Dieppe d'un Centre de Formation et d'Expertise Culinaire, qui ouvrira ses portes début 2011.

*GEMRCN : Groupe d'Etude des Marchés Restauration Collective et Nutrition

Le 11/03/2010 source : Lechef.com

ANNEXE 4



L'organisation marketing chez Davigel

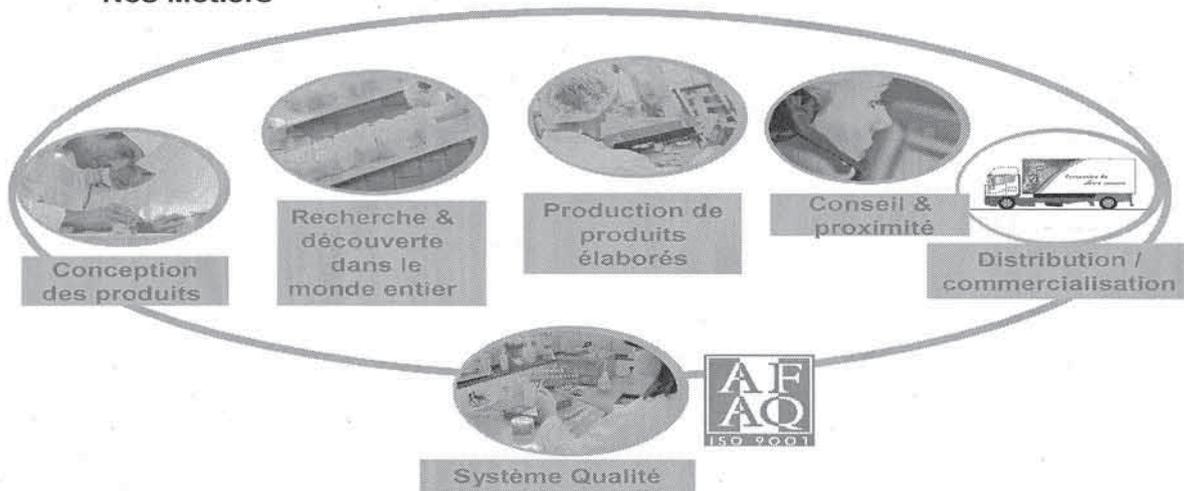
PÔLE Produit	PÔLE Communication	PÔLE NUTRITION
<ul style="list-style-type: none"> → Définition et gestion des gammes produits frais & surgelés (arrêts/ lancements) → Veille concurrentielle / évolution des tendances → Définition des moyens pour assurer le développement des gammes : 1 chef de produits par gamme 	<ul style="list-style-type: none"> → Outils de Promotion des ventes : Promotion sociale / commerciale → Conception et réalisation des outils de vente / développement de services → Gestion des relations avec la presse / campagne de pub / salons → Développement et mise en place du site Internet et des actions du Webmarketing 	<ul style="list-style-type: none"> → Définition et mise en place de la politique nutrition de Davigel → Formation des équipes → Développement produits → Communication : Nutriservices → Veille scientifique



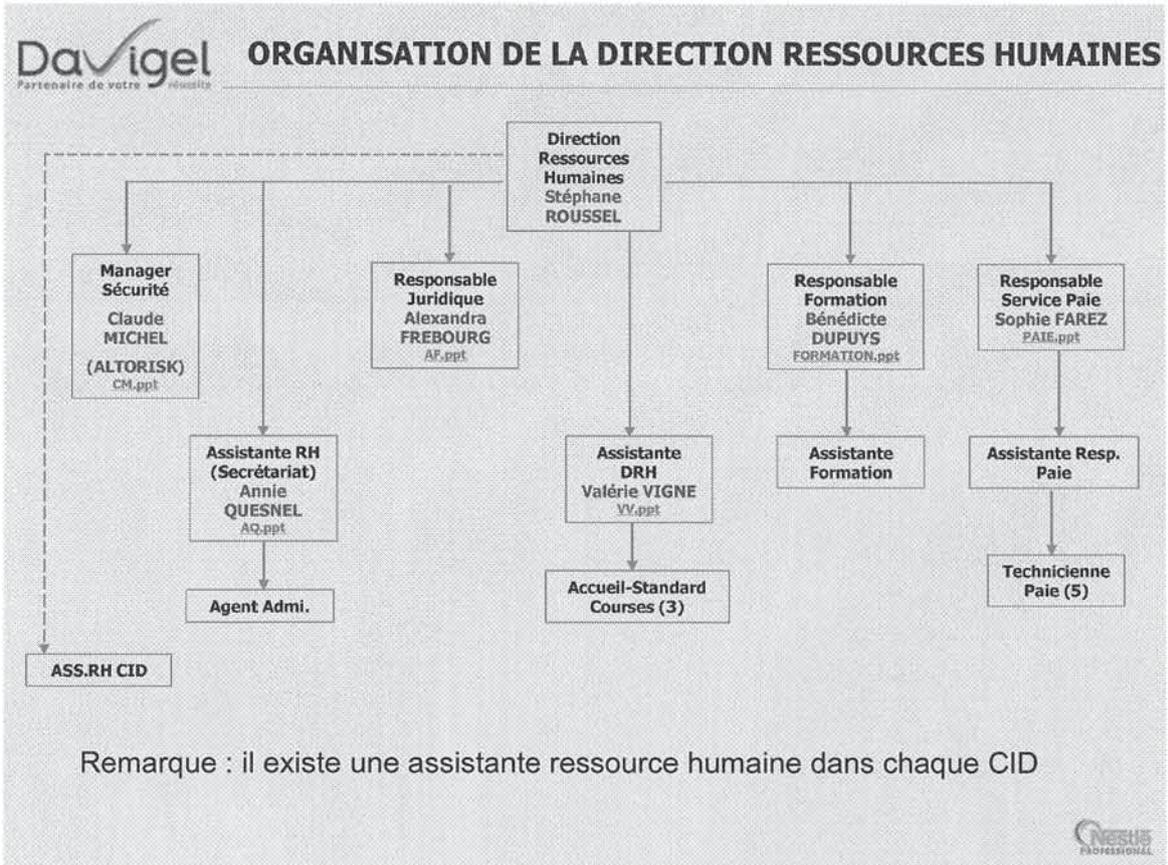
ANNEXE 5



Nos Métiers



ANNEXE 6





**Compte rendu de la réunion mensuelle
du 12 septembre 2010**

Présents :

- **Le directeur des ressources humaines**
- **Les assistantes RH de tous les CID**

Thématique : le malaise chez les chauffeurs-livreurs

Constat :

Dans tous les CID, les assistantes RH doivent gérer des absences répétées des chauffeurs-livreurs, des retards et surtout des difficultés pour garder en poste les personnes récemment recrutées.

Par ailleurs, la dimension commerciale qui doit être intégrée par les chauffeurs-livreurs n'est pas du tout active sur le terrain et les commerciaux se plaignent de ne pas être assez souvent en contact avec le réseau logistique.

Les comportements au niveau de la conduite (et particulièrement la consommation en carburant) n'ont pas évolué.

Un malaise chez les chauffeurs-livreurs commence à se faire sentir ; le manque de formation pour certains et de motivation pour d'autres, pourraient expliquer les freins qui existent au sujet de la conduite et de l'approche commerciale qui devraient être développées.

Quels outils mettre en œuvre pour inverser la tendance ?

Réponse du directeur des ressources humaines :

Il faut axer nos efforts sur la motivation du personnel et la formation.

Le niveau de motivation doit avoir un impact fort sur les indicateurs clefs correspondant à ce métier. Il est donc indispensable de mettre en place au niveau de l'entreprise un accompagnement vers l'acquisition de compétences, la valorisation de l'implication et la professionnalisation de chacun.

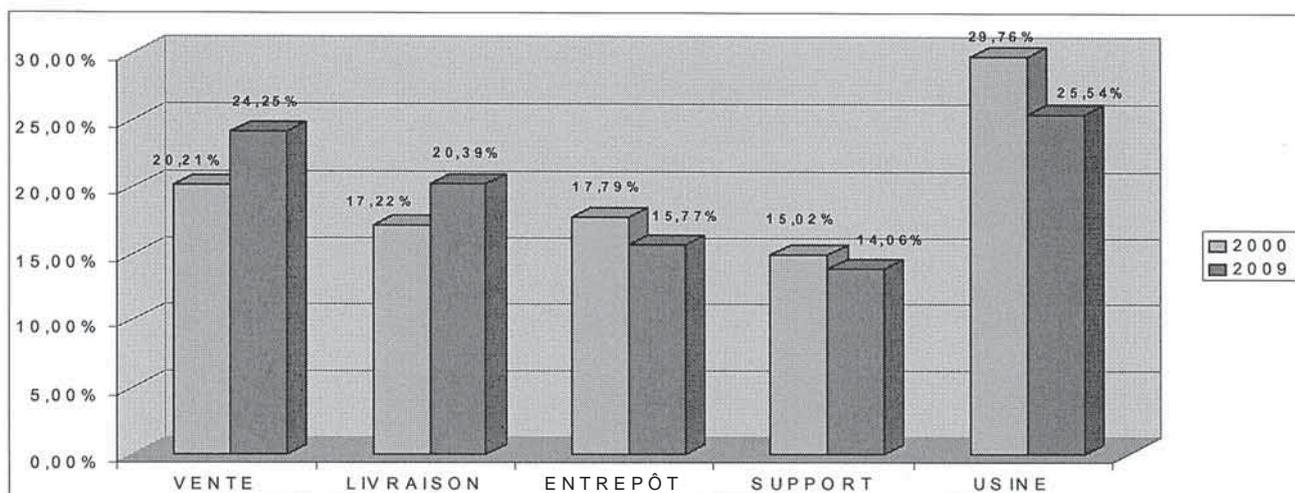
La prochaine réunion prévue en novembre 2010 permettra de présenter la politique mise en place par Davigel pour atteindre les objectifs

*Pour l'ensemble des assistants RH
Sophie Xavier, assistante RH CID*

ANNEXE 8



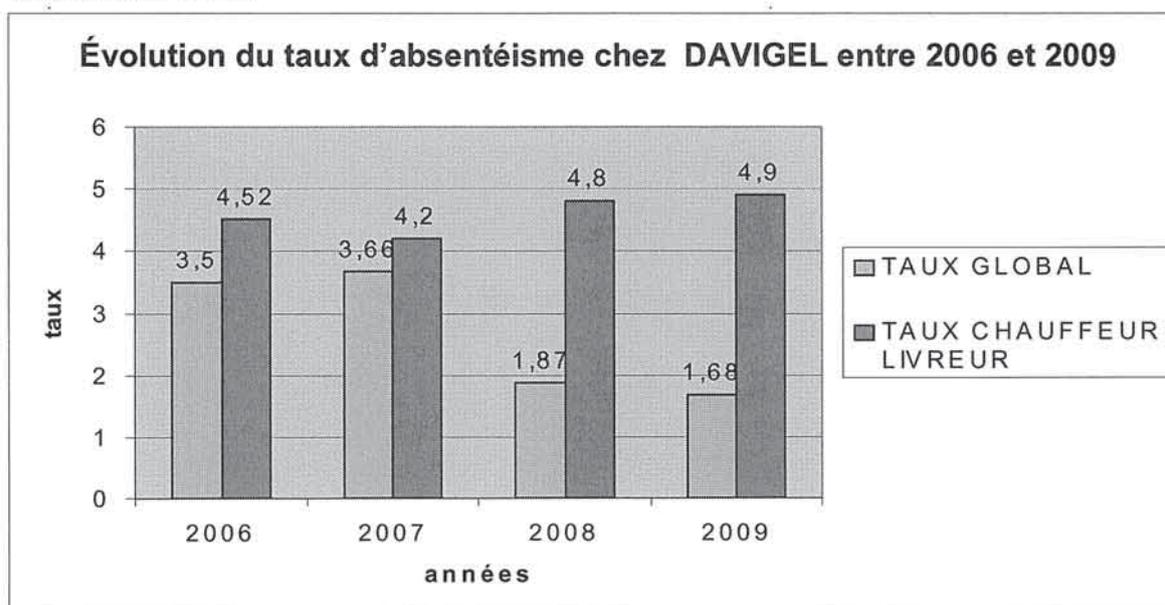
ÉVOLUTION DE LA RÉPARTITION DES EFFECTIFS DAVIGEL ENTRE 2000 ET 2009



ANNEXE 9



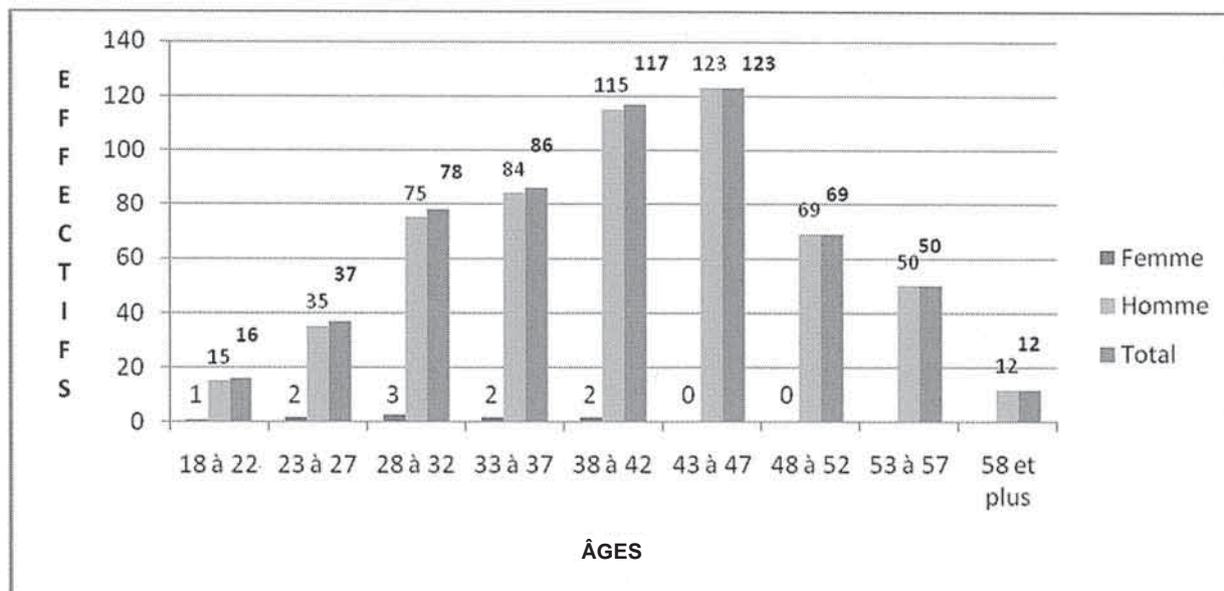
Évolution du taux d'absentéisme chez DAVIGEL entre 2006 et 2009



ANNEXE 10 - Évolution du taux de rotation du personnel par métier chez Davigel

	CADRES	VRP	LIVRAISONS	ENTREPÔTS	AUTRES	GLOBAL
Taux de rotation 2007	4,28	17,26	13,72	13,17	3,63	9,83
Taux de rotation 2009	2,63	15,80	4,32	9,43	2,84	6,05

ANNEXE 11- Pyramide des âges des chauffeurs-livreurs chez DAVIGEL



ANNEXE 12



Comparatif des livraisons de 2006 à 2009

Réseau

	TONNAGE	NOMBRE DE LIVRAISONS	TAILLE DE LIVRAISON
2006	138053	2 025 768	68 kg
2007	135 630	1 892 824	72 kg
2008	135 146	1 835 814	72 kg
2009	136 408	1 909 791	71 kg

B. BLAIZEL

29 mars 2010



FICHE DE POSTE « CHAUFFEUR-LIVREUR »

DÉFINITION DU POSTE :

✍ Affecté à la conduite d'un véhicule PL et livraison des clients

LIENS :

Hiérarchiques et fonctionnels :

- ✍ Responsable expéditions (hiérarchie)
- ✍ Équipe préparation de commandes (fonctionnel)
- ✍ Service commercial (fonctionnel)

Inter-relationnels entre les différents services : (dans une même activité ou une autre, en amont ou en aval)

✍ Relationnel important avec équipe préparation et avec service commercial

MISSIONS / ACTIVITÉS :

- ✍ Livrer le bon produit, au bon moment, au bon client
- ✍ Instaurer une relation de confiance avec le client
- ✍ Maintenir la chaîne du froid
- ✍ Prendre soin du véhicule

RESPONSABILITÉS :

- ✍ Service au client
- ✍ Véhicule l'image de l'entreprise

NIVEAU D'ÉTUDES : CAP

COMPÉTENCES

Connaissances

- Permis Poids Lourds
- Conduite
- Tenue de documents

Aptitudes

- Avoir l'esprit commercial
- Être autonome

Attitudes

- Calme
- Sympathique
- Ponctuel

GESTION DE LA CARRIÈRE :

Expérience souhaitée :

Oui

Non

Évolution possible dans :

le poste Oui

Non

la hiérarchie Oui

Non

Compétences clés

Ponctualité

Courtoisie

Autonomie

Esprit commercial

ANNEXE 14

Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales

Article 10

1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les États de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.

2. L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire.

ANNEXE 15

La loi informatique et libertés et les blogs

L'utilisation de plus en plus répandue sur internet des blogs a conduit la CNIL à préciser les règles qui leur sont applicables en matière de protection des données à caractère personnel, dans une recommandation du 22 novembre 2005. Elle a en même temps décidé de dispenser les sites personnels de déclaration."

"Les dispositions relatives à la protection des données à caractère personnel s'appliquent dès lors qu'un site web diffuse ou collecte une donnée à caractère personnel (nom, image, etc.). Ces sites internet, des blogs notamment, sont des traitements de données personnelles qui doivent être déclarés à la CNIL mais la plupart des internautes l'ignorent. Prenant la mesure du très grand nombre de sites web mis en œuvre par les particuliers et du faible enjeu d'une formalité administrative dans ce domaine, la CNIL a décidé, le 22 novembre 2002, de dispenser de déclaration ces sites. Ainsi leur situation juridique est clarifiée : l'auteur du site ne peut désormais voir sa responsabilité engagée sur la seule base de la non-déclaration à la CNIL.

En contrepartie, la CNIL rappelle fortement, dans une recommandation adoptée à la même séance, les règles de fond qui résultent de la loi du 6 janvier 1978 modifiée en août 2004. Ainsi la diffusion sur un site web d'informations sur les personnes nécessite le consentement préalable de celles-ci. Les personnes peuvent, ultérieurement, s'opposer à tout moment à cette diffusion. La recommandation attire l'attention des particuliers sur le fait que les données dites sensibles (par exemple sur la santé ou les orientations sexuelles ou politiques) n'ont pas vocation à être diffusées à partir d'un site internet. La CNIL conseille aux internautes qui créent des sites personnels dans le cadre du cercle familial ou amical de mettre en place un accès restreint. Lorsqu'un particulier ouvre un site destiné à ses proches pour mettre en ligne des photographies d'un événement (mariage, anniversaire, etc.), il devrait, compte tenu de la nature du réseau internet, limiter cette diffusion aux seules personnes concernées.

En raison des risques de captation d'images (photographies, vidéo) des mineurs, la recommandation préconise, là encore, la mise en place d'un accès restreint pour ceux des sites qui souhaiteraient diffuser ce type de données.

En tout état de cause, la diffusion d'images de mineurs ne peut s'effectuer qu'avec leur accord et l'autorisation expresse des parents ou du responsable légal.

En ce qui concerne la collecte de données à caractère personnel, la recommandation rappelle que les personnes auprès desquelles sont recueillies les informations doivent être informées de la finalité de cette collecte, des destinataires des données et de l'existence d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition. La durée de conservation doit être proportionnée à l'objet du site et la transmission des données collectées à des tiers ne peut s'effectuer que dans le cadre d'activités privées, après que la personne concernée en a été informée et a été mise en mesure de s'y opposer."

CNIL le 31/01/2006

ANNEXE 16

Obligation de loyauté du salarié

Qu'est-ce que l'obligation de loyauté du salarié ?

L'obligation de loyauté résulte des termes de l'art. 1135 du code civil qui dispose "les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature". Ce principe est rappelé par l'art. L120-4 du code du travail.

Cette obligation s'impose dès la conclusion du contrat de travail et perdure pendant toute sa durée, même si celui ci a été suspendu, notamment en cas de maladie du salarié. L'exécution de l'obligation de loyauté déclenche celle de l'obligation de discrétion concernant les informations dont ils ont connaissance du fait de leurs fonctions et dont la divulgation à des tiers serait préjudiciable à l'entreprise.

L'obligation de loyauté prohibe les pratiques suivantes :

- propos préjudiciables auprès d'une tierce personne (C. Cass. Ch. Soc, 28 avril 1988)
- utilisation non autorisée de la propriété de l'employeur dans des buts privés
- actes punissables envers l'employeur
- débauchage des travailleurs et des clients de l'employeur
- offre ou acceptation de pots-de-vin
- travail rémunéré qui fait concurrence à l'employeur (ex. : travaux clandestins chez les clients de l'entreprise dans laquelle travaille le salarié, Cour d'appel de Toulouse, 4e Ch. Civ. mai 1998) ou qui diminue l'efficacité du salarié.

Pour le salarié, cette obligation consiste donc de façon générale à ne pas nuire à réputation ou au bon fonctionnement de la société employeur durant toute l'exécution du contrat de travail, notamment par des actes de dénigrement ou de concurrence contraires à l'intérêt de l'entreprise.

En application de ce principe, le salarié qui bloque en dehors de ses heures de travail ne doit pas évoquer de manière négative l'entreprise qui l'emploie. Cette obligation empêche aussi le salarié d'exercer une activité concurrente à celle de son employeur, indépendamment de toute clause de non concurrence pouvant exister dans le contrat, une telle clause n'intervenant qu'après la rupture dudit contrat. Par contre, le devoir de loyauté du salarié n'implique pas qu'il informe son employeur d'un fait de sa vie privée pouvant avoir des répercussions sur sa vie professionnelle.

La violation de l'obligation de discrétion comme de loyauté peut être une cause réelle et sérieuse de licenciement, voire constitutive d'une faute grave ou lourde pouvant justifier le départ immédiat du salarié de l'entreprise sans préavis ni indemnités. En outre, ces obligations s'appliquent pendant une période de suspension du contrat de travail : préavis, congé de maternité ou même un congé sabbatique. Cependant, le salarié exerçant une activité bénévole ponctuelle pendant un arrêt de travail ne manque pas à son obligation de loyauté.

L'employeur peut cependant trouver un intérêt à insérer une clause de confidentialité dans le contrat des cadres dont les fonctions impliquent la connaissance d'informations stratégiques d'un point de vue commercial ou encore technique. Une telle clause est licite si elle est justifiée par la nature de la tâche à accomplir et proportionnée au but recherché.

Revue du droit social mars 2008

ANNEXE 17 : La rémunération individuelle chez Davigel

	SALAIRE FIXE ANNUEL			BONUS ANNUEL	PRIMES METIER
EMPLOYÉ/OUVRIER (115 - 190)	SALAIRE MENSUEL DE BASE	13ème MOIS Payable en fin d'année	PRIME ANNUELLE D'ANCIENNETÉ 0.35 % par an à partir de 2 ans d'ancienneté	NON	PRIME FROID, DÉRANGEMENT, QUART, NUIT, REMPLACEMENT, WEEK-END, TÉLÉVENTE, Ces primes ne concernent pas les chauffeurs livreurs
MAÎTRISE (200 - 290)	SALAIRE MENSUEL DE BASE	13ème et 14ème MOIS	PRIME ANNUELLE D'ANCIENNETÉ 0.35 % par an à partir de 2 ans d'ancienneté	2%	PRIME FROID, DÉRANGEMENT, QUART, NUIT, REMPLACEMENT, WEEK-END, TÉLÉVENTE
CADRE (hors force de vente) 290 - 600 et +	SALAIRE MENSUEL DE BASE	13ème et 14ème MOIS	PRIME ANNUELLE D'ANCIENNETÉ 0.35 % par an à partir de 2 ans d'ancienneté	5% à 25%	NON
VRP ET CADRES FDV	SALAIRE MENSUEL DE BASE	13ème et 14ème MOIS (SAUF POUR VRP)	PRIME ANNUELLE D'ANCIENNETÉ 0.35 % par an à partir de 2 ans d'ancienneté	NON	ÉVEREST

Modalités de calcul de la prime Everest

VRP		Chauffeurs-livreurs	
CA Réalisé	% Commission	CA Réalisé	% Commission
120 000 ≤ 200 000 €	0.2 %	6 000 ≤ 12 000 €	2 %
200 000 ≤ 250 000 €	0.3 %	12 000 ≤ 12 500 €	2.1 %
250 000 ≤ 300 000 €	0.4%	12 500 ≤ 15 000 €	2.2 %
Au-delà de 300 000 €	0.5%	Au-delà de 15 000 €	2.3 %

Pour les ventes de produits cibles :

Si les produits cibles représentent au moins 20 % du chiffres d'affaires un bonus de 250 € est accordé pour les VRP.

Pour les chauffeurs livreurs un bonus de 100 € est octroyé.



Réunion du 23 septembre 2010 organisée par Bernard Blaizel, responsable logistique

Compte rendu de la réunion des responsables CID

2. L'Éco Conduite

Les éléments suivants ont pu être dégagés lors de la formation menée au mois de janvier par un certain nombre de responsables :

L'éco conduite se positionne sur deux plans : une nouvelle attitude (savoir-être) et une technique de conduite (savoir-faire), répondant ainsi aux défis environnementaux : sanitaire, économique, et humain. L'objectif consiste à réduire la consommation de carburant des véhicules et de diminuer les émissions de CO2 et de réduire les coûts.

Les avantages de l'éco conduite :

- Baisse de la consommation de 10 à 15 %.
- Diminution des émissions de CO2 et des polluants automobiles, 2.6 kg de CO2 par litre de gasoil.
- Réduction des coûts d'entretien, le véhicule est moins sollicité, sa durée de vie augmente, les frais d'entretien et de réparation diminuent, les organes tels que le moteur, les freins, les pneumatiques sont moins sollicités.
- Diminution du risque d'accidents car l'éco conduite implique un changement de comportement du conducteur. Les entreprises des pays qui ont mis en place, pour leur personnel, des formations à l'éco conduite ont réduit les accidents d'environ 20 %. Le risque routier est la première cause d'absentéisme au travail.
- Baisse du stress et augmentation du confort.
- Meilleure image pour l'entreprise.

Par conséquent il apparaît clairement que l'on peut mettre en œuvre une sensibilisation de l'ensemble des chauffeurs livreurs, par une formation à l'éco conduite, et ensuite par une incitation financière, sous la forme d'une prime à l'éco conduite.

Les modalités pourraient être les suivantes : sur la base du véhicule Mercedes Frigo qui consomme en moyenne 15 litres au 100 kilomètres, intéresser les chauffeurs dès qu'ils ont réduits leur consommation de 5 %.

Il s'agira chaque semaine de faire un relevé du nombre de km parcouru, du nombre de litres consommé, et de calculer la moyenne aux 100 kilomètres. Si cette moyenne est inférieure au moins à 5 %, le chauffeur percevra une prime fixe d'un montant fixé par la direction.

Le calcul sera réalisé pour un mois complet.

Bien entendu nous essayerons par la suite de mettre en place d'autres indicateurs au niveau de la qualité de conduite, du bon usage du véhicule...