

V.

STRUCTURE COMMERCIALE

V.- STRUCTURE COMMERCIALE

1.- Organisation interne

Le service ventes, sous la dépendance directe de M. BOLLACK, est dirigé par M. KIRSCHOFFER Chef des ventes, secondé par M. ZIMMER.

M. KIRSCHOFFER, âgé de 63 ans, est un ancien représentant dont il conserve apparemment toutes les qualités et les défauts; C'est-à-dire qu'il connaît bien sa clientèle et les concurrents, mais n'a pas su évoluer pour s'élever au niveau de ses fonctions; l'organisation générale du service en est marquée et l'ensemble pêche par de nombreuses lacunes.

En résumé :

- 1.- M. BOLLACK en collaboration avec la gérance active, élabore les produits nouveaux destinés à la future campagne.
- 2.- Les services commerciaux et techniques donnent leur avis.
- 3.- Les collections préparées ainsi que les tarifs sont remis aux représentants.
- 5.- Un certain nombre de gros clients et clients directeurs sont visités par M. BOLLACK ou les chefs de services, le reste de la prospection est assuré par 31 V.R.P. selon les secteurs figurant sur les cartes suivantes.
- 6.- Les représentants adressent directement leurs commandes à l'usine, sur le modèle des fiches couleurs figurant plus loin, lesquelles sont répercutées sur le magasin produits finis ou enregistrées pour fabrication et expédition.

Là encore, il semble qu'un manque de coordination et de liaison entre les services fait que certaines commandes, même de faible importance, sont fractionnées et l'expédition d'une même commande est parfois faite en 2 ou 3 fractions. Les ventes étant réalisées en port payé, cela explique en partie, l'importance du poste transport sur vente dans le compte d'exploitation.

## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 2.- Produits

On a vu, dans le chapitre production, la variété des articles fabriqués, qui, sous emballage et avec une présentation différente pour certains, augmente encore le nombre des produits en stock.

Les listes suivantes comprennent en moyenne :

- Articles Pâques .....	200
- Articles Eté .....	150
- Articles Noël .....	300
	<hr/>
Total .....	700 articles
	<hr/> <hr/>

Sur l'ensemble, un certain nombre sont des ventes courantes et ne demandent guère à évoluer sinon dans leur forme, par contre d'autres articles d'actualité, perdent rapidement tout intérêt et sont d'une vente très faible. Afin de soulager la production, les stocks, la manipulation et la facturation ; il est certain qu'une révision annuelle des listes est indispensable.

D'autre part, un comptage sur I.B.M. effectué cette année sur la base des ventes Noël 1966 et Pâques 1967, a permis d'établir que 80 % des ventes de l'année étaient assurés par moins de 300 articles.

A la lumière de ces résultats, une première révision de la liste des articles a été faite et nous avons pu éliminer dès à présent 170 produits de faible vente et de bas prix.

Après épuisement des stocks existants, un deuxième examen doit permettre pour la prochaine campagne, de ramener la gamme complète à environ 400 articles (il n'est guère inté-



SCHAAL & Cia

Liste détaillée des produits

(ceux barrés font partie du programme de réduction)

Coef.	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix le cart.	N° Réf.	Quantité	Contrôle	Coef.	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix le cart.	N° Réf.	Quantité	Contrôle	Coef.	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix le cart.	N° Réf.	Quantité	Contrôle
<b>COUVERTURES</b>						<b>CACAOs et GRANULE</b>						<b>BOUCHÉES</b>								
5k	6,50	Économique.....	34,50	200			8k	6,10	Cacao en poudre ...	30,50	241			28	0,65	Paq. cigarettes	22,10	341		
5k	7,25	Fdt moulages.....	36,25	201			2,5k	6,80	Cacao poudre p. 250 g	17,00	243			60	0,70	Sech. mensale ass.	35,00	340		
5k	7,60	Idéale 1/2 amère.....	39,00	202			8k	4,30	Cacao sucré.....	21,50	240			25	0,70	Cigare Diplom. lait	17,50	350		
5k	7,50	Fuide qual. fine.....	39,50	203			3k	4,70	Cacao sucré s. 250 g.	14,10	248			20	0,70	Pipa lait cello.	14,00	333		
5k	9,00	Excellence.....	45,00	204			3k	5,40	Granulé pour la tasse	16,20	251			60	0,05	Balal lait e/alu	32,50	356		
5k	7,65	Sup. trempage épais.	39,75	205			<b>CHOC. TABL. TVA 6 %</b>						<b>BOUCHÉES</b>							
5k	8,25	Lait-moulages.....	41,25	208			3k	5,08	Chocolat à cuire 250 g	15,24	261			40	0,35	Mamadou cello	14,00	400		
5k	8,70	Lait Vogésia.....	43,50	209			4k	5,55	Chocolat à croq. 400 g	22,20	263			60	0,66	Br. Vosges lait cel.	33,00	401		
5k	9,20	Lait clair.....	46,00	210			3k	5,90	Chocolat à croq. 100 g	17,70	264			<b>BOUCHÉES</b>						
5k	8,90	Lait-Glanduja.....	44,50	212			<b>CHOCOLAT TABLETTES</b>						60	0,65	Jamaïque cello	39,00	406			
2,5k	10,20	Extra-fluide fdt.....	25,50	214			2k	10,00	Fondant Cie Fse 100 g	20,00	267			60	0,70	Marc vieux cello	42,00	402		
2,5k	10,70	Extra-fluide lait.....	26,75	215			3k	10,50	Vogésia lait 100 g	31,50	272			60	0,70	Calvados cello	42,00	418		
<b>ARTICLES LABO</b>						<b>BATONS</b>						<b>BOUCHÉES</b>								
2,5	8,70	Pâte ivarine blanche.	21,75	216			500		N°5 à croq. (env. 500) 6%	14,75	201			50	0,63	Glanduja g. lait cel.	26,50	414		
2,5	8,70	Pâte ivarine rose....	21,75	218			100	0,19	Bâton S.P. fondant.	19,00	284			60	0,27	Hougat fondant alu	16,20	416		
2,5	8,70	Pâte ivarine verte....	21,75	219			100	0,19	Bâton S.P. lait	19,00	285			60	0,60	Hougador lait alu	30,00	417		
2,5	9,80	Cacao pure pâte fine	24,50	220			100	0,208	Bâton riz cello	20,80	290			50	0,60	Hougador lait cello	30,00	418		
5,55		Labo sec (cuire)....	16,65	221			<b>IVARINE</b>						50	0,63	Pal. d'or g. lait cel.	31,50	419			
5k	5,80	Labo ganache.....	29,50	222			3k	12,45	Tabl. Ivarine 100 g	37,35	295			50	0,60	Hougador lait cello	30,00	418		
5k	6,60	Labo fin (croq. sup.)..	33,00	223			60	0,46	Bâton Iv. plein cello	27,60	296			50	0,65	Roher GF lait alu	32,50	425		
3k	7,90	Vermicelle fdt.....	23,70	226			50	0,62	Bâton Ivar. four. as.	31,00	287			50	0,65	Roher GF lait cel.	32,50	426		
3k	6,35	Pailleté fdt fin.....	19,05	229			100	0,208	Bâton riz Ivarine	20,80	298			50	0,65	Ros. d'Als. lait cel.	32,50	427		
3k	6,35	Pailleté fdt roseau ..	19,05	230			<b>FANTAISIES</b>						50	0,70	Sultane god mét.	35,00	431			
5k	6,10	Pâte glacier fdt (Vespa)	30,50	232			2,5k	16,70	Bloc lait nois. 250 g	41,75	301			50	0,65	Roher GF lait cel.	32,50	426		
5k	9,10	Pâte Glanduja.....	45,50	233			1,5k	17,70	Bloc lait nois. 125 g	26,55	302			60	0,70	Assort. n° 1 3 sortes	42,00	452		
5k	10,15	Pâte mecca café.....	50,75	234			1,5k	18,20	B. Ivarine nois. 125 g	27,30	306			60	0,68	Assort. n° 2 3 sortes	40,60	453		
<b>ART. LAB. T.V.A. 6 %</b>						<b>ART. LAB. T.V.A. 10 %</b>						<b>BOUCHÉES</b>								
2,5k	10,00	Beurre de cacao.....	25,00	235			30	0,73	Disque lait noisettes	21,90	312			60	0,65	Assort. n° 3 3 sortes	39,00	454		
5k	7,80	Pâte d'amandes.....	39,00	236			18	1,85	Roul. croq. transp.	33,30	316			50	0,42	Mint-Bar étiq.	21,00	465		
5k	9,65	Pâte praline sup.....	48,25	238			2	18,50	Croquettes lait alu	37,00	318			<b>BOUCHÉES</b>						

SCHAAL & Cie

Liste détaillée des produits

(ceux barrés font partie du programme de réduction)

Credit	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix carton	No réf.	Quantité	Contrôle	Credit	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix carton	No réf.	Quantité	Contrôle	Credit	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix carton	No réf.	Quantité	Contrôle
		<b>COFFRETS BOIS</b>					6	6,90	Rivoli	41,40	1017					<b>ARTICLES CREUX</b>				
1	00	Carise Eau de Vie	30,-	001			3	13,10	Rivoli	39,30	1018			3	3,85	Coq. St-Jacques lait.	10,95	5721		
6	0,00	Raisin cognac alu	36,-	012			2	10,80	Rivoli	37,60	1019			6	2,45	Coq. St-Jacques Ivarine	14,70	5732		
6	0,70	Fraisie cognac alu	40,20	018			1	12,80	Rouge Ecusson or	12,60	1025			3	3,85	Moule géante fondant	11,55	5733		
4	12,00	Cerises Kirsch Alsace	48,-	024			1	45,75	Grand luxe Schaal	45,75	1043			2	5,70	Palourde géante lait.	11,40	5739		
2	21,00	Cerises Kirsch Alsace	42,-	025					<b>SUCRE</b>					6	2,90	Ecureuil	17,40	5314		
4	9,80	Tonnelle assortis	39,20	026			2k	10,70	Kirschele	21,40	1100			8	1,70	Ecureuil	13,60	5315		
2	17,50	Tonnelle assortis	35,-	027			6	3,50	Maison Kirschele	21,-	1101			12	1,00	Ecureuil	12,-	5310		
6	6,20	Borb. liq. Spéc. d'Alsace	37,20	029			2k	11,20	Framboise	22,40	1104			6	2,10	Hanneton	12,60	5321		
		<b>BOITES TRANSPAR.</b>							<b>ARTICLES D'INTER-SAISON</b>					12	1,15	Hanneton	13,80	5322		
4	8,20	Cerise eau de vie	32,80	032			100	0,38	Coques fourrées alu	38,-	411			25	0,70	Hanneton	17,50	5323		
4	7,45	Demi-Coques alu	29,80	034			2k	12,65	Cœur lait alu rouge	25,30	628			4	3,10	Négrillon	12,40	5325		
4	5,65	Pâtes de fruits ass.	23,40	036			8	4,45	Maison cerises	26,70	681			6	2,00	Négrillon	12,-	5326		
4	7,70	Praliné Excell. alu	30,80	041			1k	20,00	Huitre lait alu or	20,-	815			12	1,35	Négrillon	16,20	5330		
12	3,80	Chevyrolline	45,60	043			1k	20,00	Moule lait alu blanc	20,-	871			6	5,35	Voilier	32,10	5335		
8	5,80	Transp. Cher. Brandy	46,40	045			4	4,60	Transp. Coeurs lait M	18,40	940			1k	13,35	Friture fdt.	13,45	6071		
8	7,75	Pochettes cerises eau vie	62,-	047			6	3,20	Transp. Coeurs lait PM	19,20	942			1k	14,95	Friture glanduja-lait.	14,95	6072		
		<b>ARTICLES EN ETUIS</b>					6	4,10	Panier Fruits Mer P	24,60	954			1k	14,95	Coquillage. ass. gland. lait	14,95	6073		
		2,80	Glanduja Maison	28,-	072		3	5,70	Panier Fruits Mer M	17,10	955			1k	18,80	Coques fourrées lait.	18,80	6074		
		5,15	Glanduja Maison	30,90	073		6	7,30	Panier Champignons P	43,80	956			1k	17,85	Demi-Coques s/alu or	17,85	6075		
14	2,50	Pral. Excellence	40,60	074			3	11,20	Panier Champignons M	33,60	957			1k	19,00	Coques four ivarine.	19,00	6078		
6	5,60	Pral. Excellence	33,60	075			6	4,10	Panier Truites P	24,60	958					<b>BOITAGES FANTAISIES</b>				
		<b>BOITES TECK</b>					3	6,00	Panier Truites M	18,-	959			1	22,45	Automne a/ruban	22,45	6426		
4	9,20	Cerise eau de vie	36,80	030			6	5,75	Panier Les Glands P	34,50	960			12	3,85	Fleurs P.F. 3 sujets	47,40	6502		
4	7,20	Liqueur Calvados	28,80	033			3	9,25	Panier Les Glands M	27,75	961			6	6,80	Fleurs M.F.	40,80	6503		
4	7,60	Spécialité d'Alsace	31,20	034			6	8,75	Panier Griottes P	52,50	962			4	8,40	Bouquet G.F.	33,60	6504		
4	7,95	POUR MADAME	31,80	035			3	13,50	Panier Griottes M	40,50	963			4	12,40	Courses chevaux cadre C	49,60	6610		
4	7,80	POUR MONSIEUR	30,-	036			60	0,25	Fantaisies s/alu	43,80	4011			2	13,70	Transports anciens C	27,40	6611		
		<b>BOITES MAISON</b>					40	1,40	Marins	56,-	4015			1	19,40	Scène chasse cadre C	19,40	6612		
3	13,10	Rio	39,30	1002			72	0,15	Poisson lait s/alu	10,80	4051			3	14,00	Louis XVI ballotin C	42,-	6615		
2	19,80	Rio	37,60	1003			24	2,75	Boite sardine	66,-	4053			3	17,00	Louis XVI liseuse C	51,-	6616		
6	7,00	Blanche Ecusson	42,-	1013			78	0,25	Sole alu or	19,50	4054			3	14,50	Tolle ballotin	43,50	6619		
3	13,25	Blanche Ecusson	39,75	1014			12	5,60	Fleurs-Pommiers	66,-	4065			3	13,20	Liseuse fleurs C	39,60	6621		
2	19,00	Blanche Ecusson	38,-	1015			10	4,90	Garde Impériale	49,-	4070			2	14,70	Liseuse cuir et or C	29,40	6622		
1	24,20	Blanche Ecusson	24,20	1016			12	5,25	Obélix	63,-	5143			4	9,85	Boite Hublot	39,40	6625		

Condit.	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix le cart.	N° Réf.	Quantité	Contrôle	Condit.	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix le cart.	N° Réf.	Quantité	Contrôle	Condit.	PRIX UNIT.	DÉSIGNATION	Prix le cart.	N° Réf.	Quantité	Contrôle
<b>ARTICLES LIQUEURS</b>																				
43	0,70	Bout. Colistreu	33,60	471			2 k	22,35	Praliné Excellence fdt	44,70	583			1 k	19,50	Calvados	19,50	730		
42	0,70	Bout. Cogn. Prucier	33,60	473			2 k	22,85	Praliné Excellence lait	45,70	584			1 k	19,50	Marc vieux	19,50	731		
43	0,70	Bout. Ed. marq. ass.	33,60	482			2 k	22,85	Rocher Excellence fdt	45,70	585			1 k	21,00	Cognac vieux	21,00	732		
100	0,225	Bout. P.F. ass.	22,50	485			2 k	23,40	Rocher Excellence lait	46,80	586			1 k	25,50	Kirsch	25,50	733		
							2 k	23,75	Caramel Mignon lait	47,50	590			1 k	21,00	Cassis neutre	21,00	734		
							2 k	20,60	Gianduja Mignon lait	41,20	592			1 k	21,50	Tonnelets assortis	21,50	735		
							2 k	18,75	Jamalque Mignon fdt	37,50	593			<b>TONNEAUX</b>						
3 k	7,50	Boules crème sup. fdt	22,50	501			2 k	19,50	Jamalque Mignon lait	39,00	594			4	13,70	Calvados	54,80	740		
3 k	8,10	Crèmes fines ass. fdt	24,30	502			2 k	19,85	Ralsorhum fdt alu	39,70	596			4	13,70	Marc Vieux	54,80	741		
3 k	0,60	Crèmes fines ass. lait	25,80	503			2 k	19,80	Café Brigitte	39,20	601			4	13,70	Cognac vieux	54,80	742		
3 k	14,50	Croûtes pralinées fdt	43,50	504			2 k	19,80	Framboise Brigitte	39,20	603			4	13,70	Kirsch	54,80	743		
3 k	14,90	Croûtes pralinées lait	44,40	505			2 k	20,45	Tresse lactée	40,00	604			4	13,70	Assortis	54,80	744		
3 k	15,45	Pralinés Strasb. fdt	46,35	506			<b>BONBONS LIQUEURS</b>						<b>ASSORTIMENTS</b>							
3 k	15,65	Pralinés Strasb. lait	47,95	507			1 k	26,00	Kirsch alu blanc neutre	26,00	630			3 k	11,70	Lucla fdt lait	35,10	751		
2 k	22,00	Amandine godets	44,00	511			1 k	26,00	Cognac alu or neutre	26,00	632			2 k	18,26	Caroline fdt et lait	36,50	761		
2 k	20,65	Arlésienne fdt	41,30	512			<i>En cartons de 112 sachets ou bouteilles</i>						2 k	20,15	Brasilia praliné lait alu	40,30	765			
2 k	21,20	Arlésienne lait	42,40	513			26,00	Framboise	26,00	640			3 k	15,20	Sylvia fdt et lait	45,60	763			
2 k	16,50	Baguette orange fdt	33,00	514			26,00	Kirsch	26,00	641			2 k	18,80	Prince fdt et lait	37,60	771			
2 k	16,50	Baguette roseau fdt	33,00	516			24,85	Ass <sup>t</sup> Alsace (4 sortes)	24,85	644			2 k	22,30	Godets Marquise ass	44,60	776			
2 k	18,50	Bretagne fdt	37,80	517			25,60	Ass <sup>t</sup> Lady (3 sortes)	25,60	650			2 k	22,15	Mignon fdt et lait	44,30	778			
2 k	19,40	Bretagne lait	38,80	518			21,00	Calvados	21,00	656			2 k	22,00	Brigitte fdt et lait	44,00	780			
2 k	13,50	Caramel Maison fdt	27,00	519			26,10	Cognac Martell	26,10	657			2 k	26,00	Sélection	52,00	782			
2 k	14,10	Caramel Maison lait	28,20	520			24,85	Ass <sup>t</sup> Gentleman (4 s.)	24,85	659			<b>BONB. NON ENROBES</b>							
2 k	19,75	Carré praliné lait	39,50	521			23,50	Bout. Mignonnes ass.	23,50	662			1 k	7,00	Fondants simple	7,00	841			
1 k	18,85	Chardon lait	18,85	522									1 k	19,20	Valencia	19,20	852			
2 k	17,60	Croquant plat fdt	35,20	524			1 k	23,60	Cerise à l'Eau de Vie alu	23,60	674			1 k	10,40	Pâtes de fruits ass.	10,40	861		
2 k	18,15	Croquant plat lait	36,30	525			1 k	26,25	Cerise Kirsch alu trempée	26,25	676			64	0,32	Beignets Kirsch	17,28	866		
2 k	20,45	Croquant double fdt	40,90	526			1 k	24,85	Balsin Cognac alu trempé	24,85	677			<b>CARAMELS</b>						
2 k	20,95	Croquant double lait	41,90	527			1 k	24,85	Ananas Kirsch alu trempé	24,85	678			2 k	7,00	My fruit	14,00	875		
1 k	18,85	Chardon blanc	18,85	528			1 k	29,60	Fralte cogn. alu trempée	29,60	679			12	1,00	Etui My fruit	12,00	876		
2 k	21,00	Champignon fourré Ivar	42,00	529			1 k	27,00	Ass. Estrellas alu	27,00	686			2 k	7,95	Caramels ass. cello	15,90	886		
2 k	21,00	Duchesse fdt	42,00	531			<b>BONBONS DRAGEIFIES</b>						12	1,20	Etui caramels	14,40	890			
2 k	21,50	Duchesse lait	43,00	532			2 k	16,20	Amandol	32,40	691			<b>PIECES DE VITRINE</b>						
1 k	19,60	Gianduja Maison alu	19,60	536			2 k	16,90	Amandolait	33,80	692									
1 k	19,80	Jumelle fdt	19,80	541			2 k	16,20	Noisetol	32,40	693									
2 k	21,00	Malaguette godets	42,00	545			2 k	16,90	Noisetolait	33,80	694									
2 k	20,95	Mecca fdt godets	41,90	546			2 k	16,15	Slands des Vosges lait	32,30	697									
2 k	21,45	Mecca lait godets	42,90	547			2 k	16,15	Glan's des Vosges Ivarine	32,30	698									
2 k	19,20	Milord fdt	39,20	548			2 k	16,95	Galets de l'Océan	33,90	700			12 k		Lot Publ. Vegésia 100 g.		273 274		
2 k	19,50	Moccalait	39,60	551			2 k	14,85	Moccaflor	29,30	701									
2 k	14,40	Nougat extra fdt	28,80	556			<b>BOUCHONS</b>													
2 k	20,00	Palet d'or fdt	40,00	561			1 k	19,50	Marc sous alu	19,50	710									
2 k	20,55	Palet d'or lait	41,10	562			1 k	18,05	Gianduja plein alu	18,05	712									
150		Suitanettes	31,50	566			1 k	19,60	Brsillien au lait	19,60	718			20	1,20	Chine Cie Fse pt 50 g	36,00	7021		
2 k	17,55	Traffe	35,70	571			1 k	21,00	Cassis	21,00	722									
							1 k	19,50	Calvados	19,50	723									

V.- STRUCTURE COMMERCIALE

3.- Réseau de ventes et clientèle

Comme il a été signalé plus haut, le service ventes comprend :

- 3 représentants en titre sur l'Alsace
- 1. dépôt et bureau de ventes à Paris
- 31 V.R.P. visitant la clientèle de province

Comme 80 % des articles vendus sont anonymes, la clientèle qui compte 6.000 à 7.000 clients, est essentiellement composée de détaillants pâtisseries, confiseurs, grossistes et centrales d'achats.

La répartition des ventes est la suivante :

- Détaillants ..... 65 %
- Grossistes ..... 25 %
- Centrales d'achats ..... 10 %

Parmi les principaux clients on peut relever :

## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 3.- Réseau de ventes et clientèle

- Aucun des clients centrales d'achats ne dépasse 10 % du chiffre d'affaires.
- Aucun des clients gros ne dépasse 2 % du chiffre d'affaires.
- Aucun des clients détail ne dépasse 1 % du chiffre d'affaires.

Principaux clients et chiffre d'affaires 1966 par client :

- Groupe des Nouvelles Galeries (Alsace - Paris)	1.100.000	x
- Groupe de "Servez-vous"	200.000	
- Coopé Strasbourg	160.000	
- Socorhin	110.000	
- Sté Biologique et diététique Strasbourg	80.000	
- Magmod	55.000	
- Grandes Galeries	40.000	
- Pfahl Schiltigheim	57.000	
- Kahl Strasbourg	47.000	
- Meyer Duttlenheim	36.000	
- Fouassier (Paris)	36.000	
- Fridey (La Rochelle)	32.000	
- Brunat (Cannes)	28.000	
- Maquette (Strasbourg)	28.000	
- Fouchon (Paris)	28.000	
- Denie (Mulhouse)	25.000	
- Winter (Mulhouse)	25.000	
- Poissonner (Juan-les-Pins)	25.000	
- Domec (Tours)	22.000	

../.o.o.

V.- STRUCTURE COMMERCIALE

3.- Réseau de ventes et clientèle

- Pauma (Concarneau)	22.000
- Philippe	20.000
- Jacquin (Dax)	18.000
- Lefèbvre (Nancy)	17.000
- Gillmann (Paris)	14.000
- Bauer (Thionville)	13.000
- Brocco (Paris)	13.000
- Nicolas (Clamart)	12.000
- Adam (Herlisheim)	10.000

Tous les autres clients représentent individuellement une facturation égale ou inférieure à 10.000 F.

••/•••

## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 4.- Evolution des ventes et répartition par secteur

Le chiffre d'affaires T.T.C. des 6 dernières années a évolué ainsi :

- 1961 .....	9.201.000 F	TTC
- 1962 .....	9.290.000 F	
- 1963 .....	10.129.000 F	1.000 tonnes
- 1964 .....	10.601.000 F	1.050 tonnes
- 1965 .....	11.246.000 F	1.100 tonnes
- 1966 .....	11.004.000 F	1.110 tonnes

Les exportations sont très faibles (environ 30.000 F) et concernent principalement les magasins MARCUS aux U.S.A.

L'augmentation du tonnage en 1966 par rapport à 1965, malgré une baisse du chiffre d'affaires, est dû à des ventes plus importantes vers les centrales d'achats, mais <sup>pour</sup> des articles plus courants et à des prix nettement moins intéressants.

On voit nettement sur le <sup>carte</sup> ~~tableau~~ suivant, que l'évolution des ventes par secteur demeure très variable, parfois en augmentation, parfois en diminution, sans qu'il soit possible <sup>une</sup> d'obtenir explication, les représentants étant libres de leur action, aucun contrôle n'est effectué.

Par ailleurs, l'importance des secteurs eux-mêmes varie considérablement, l'attribution s'étant faite naturellement au cours des années. Une étude approfondie par région devrait pouvoir aboutir à une nouvelle distribution, serrant de près la richesse vive et les possibilités d'absorption des zones attribuées avec la fixation de quotas annuels.

Rémunération des représentants :

- Commission de 8 % H.T. sur le détail
- Commission de 5 % H.T. sur le gros.



V.- STRUCTURE COMMERCIALE

5.- Evolution saisonnière des ventes

Le graphique suivant nous donne une idée assez précise du déséquilibre des ventes entre saisons. En fait, les légères différences constatées dans le maxima et minima proviennent simplement du décalage annuel de Pâques qui facilite ou non la reprise des ventes après Noël.

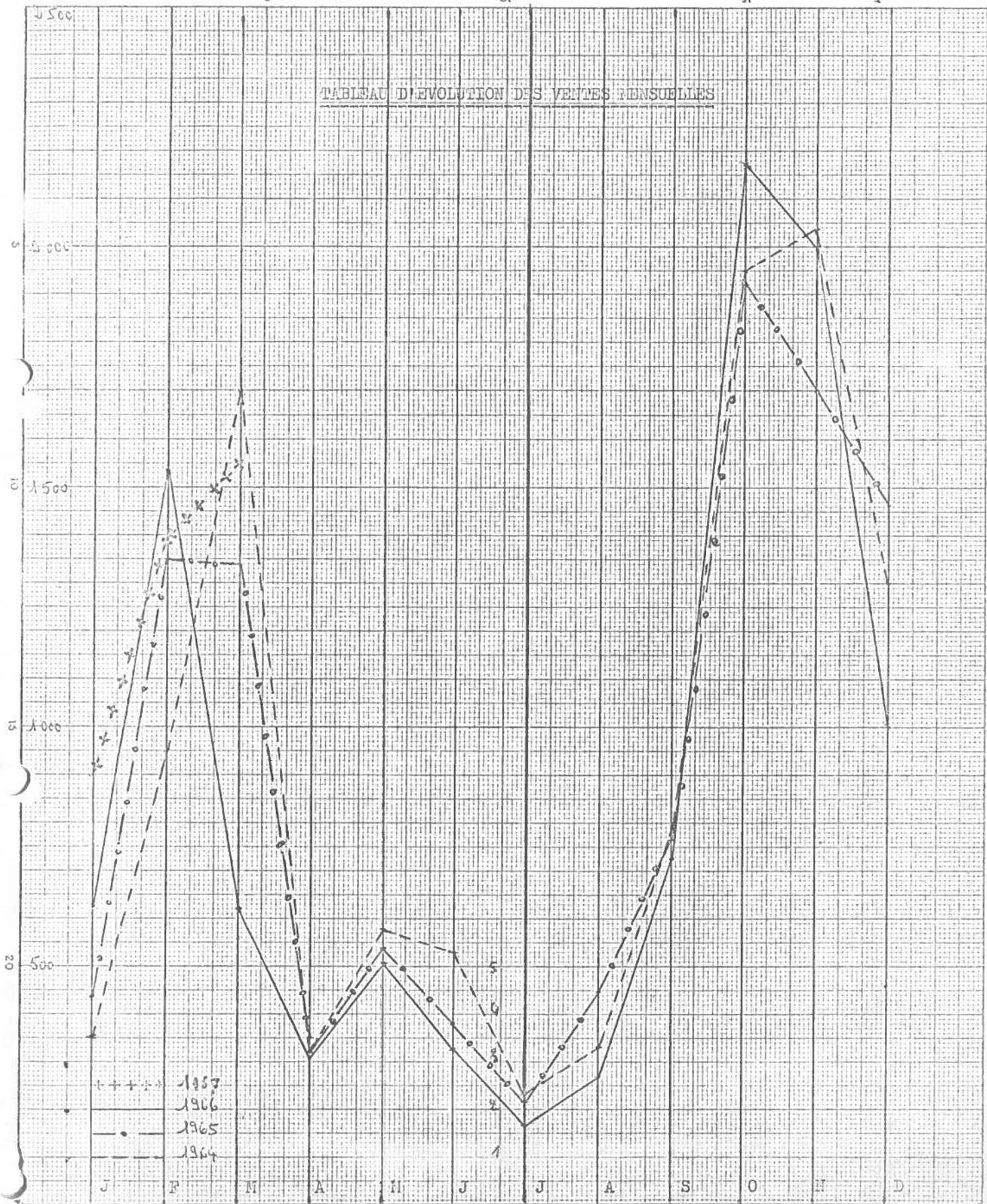
Pour 1967, les fêtes de Pâques étant assez tôt dans l'année, la chiffre d'affaires pour les 3 premiers mois a été de 3.073.000 F

A noter que, depuis le premier trimestre 1967, il a été possible d'appliquer la première hausse de prix autorisée de 5 %; à partir de la campagne d'été, il pourra être appliqué principalement sur les articles nouveaux de saison une deuxième hausse de 4 %.

Un des objectifs dans le cadre d'une réorganisation serait donc de rechercher un certain nivellement saisonnier sinon des ventes, tout au moins de la production, ce qui économiserait une part importante des charges en heures supplémentaires et en personnel temporaire (soit environ 160.000 F sur les heures supplémentaires, 150.000 F sur le personnel temporaire) .

Cette amélioration pourrait se faire en aménageant certains locaux en magasins à air conditionné, permettant le stockage en été et par un gain de place dû à la réduction de la gamme des produits.

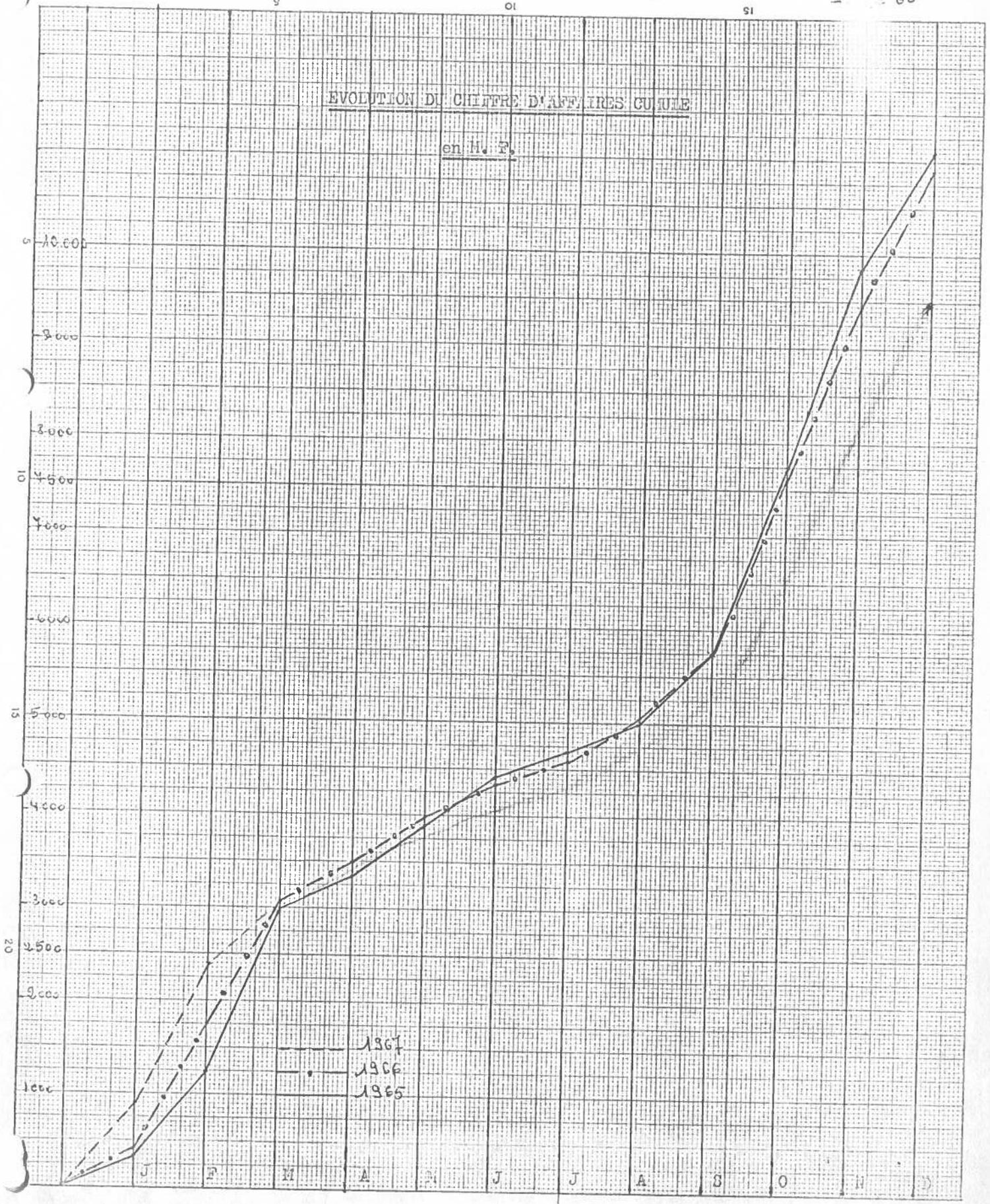
TABLEAU D'EVOLUTION DES VENTES MENSUELLES



Association L'epave N°100

### EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES CULTUREL

en H. F.



## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 6.- Publicité

Ce poste "Publicité" qui chiffre en 1966 65.377 F (contre 57.989 F en 1965) ne représente que 0,6 % des ventes; en fait pour un produit de grande consommation où un effort de <sup>penetration et promotion</sup> ~~penetration~~ serait à faire directement auprès du consommateur, cela serait nettement insuffisant. Mais, dans le cas présent, le produit étant pratiquement anonyme, ce poste représente surtout des campagnes promotionnelles faites en participation avec certaines centrales d'achats et des articles de vitrines en chocolat (tels que lapins ou Pères Noël géants) qui sont revendus ensuite comme chocolat de couverture avec ristourne spéciale.

Il semble donc que la politique actuellement adaptée en publicité, ainsi que <sup>les</sup> sommes engagées soient valables et raisonnables.

../...

V.- STRUCTURE COMMERCIALE

7.- Remarques sur l'organisation commerciale

La création d'articles nouveaux permettant à chaque saison de renouveler la collection est un facteur important qui est avec la qualité un des éléments du renom de la firme. Cette fonction est remplie au mieux par M. BOLLACK en collaboration avec la gérance active.

Par contre, les collaborateurs directs de M. BOLLACK ne semblent pas tous à la hauteur de leur fonction, et l'organisation générale du service en souffre nettement.

On recherchera vainement :

- une définition des objectifs
- une étude sérieuse de chaque secteur de ventes (répartition des ventes, saisonnières, par secteur, densité de la clientèle, définition des quotas de ventes, contrôle des écarts, etc. ...)
- Contrôle des représentants - rapports périodiques
- mesure de la productivité du service ventes
- définition précise des conditions d'emploi des représentants, rendement et pyramide d'âge, etc. ...

En fait, on constate une absence sérieuse de structure commerciale, et, il semble indispensable d'envisager le remplacement à plus ou moins long terme de la direction commerciale actuelle par un Directeur capable d'animer un réseau de vente des produits de grande consommation.

../...

## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 8.- Considération générale et évolution du marché français

Au 31 Décembre 1966, la chambre Syndicale des Chocolatiers comprenait : *14 membres*

- AIGUEBELLE	FORESTINES	Nouvelle Chocolaterie
- BICHERON	FOULLON (Banania)	d'Acquittaine
- BOUQUET D'OR	FRANCO-BELGE	Pecq
- BUISSIÈRE	GUICHARD PERRACHON	Pelletier
- CACAO BARRY	IBLED (Union)	Pouéain
- CEMOI	<del>FRANCO-BELGE</del>	Pfèvest
- CONTINENTAL	CARDON	Prouvost Matte
- COPPELIA (Prisunic)	JACQUEMAIRE PUPIER	Revillon
- CROUZOULON	JACQUIN (Ufico)	Rouzaud (Marquise de Sévigné)
- DAGORY	JANIN	Saint-Jacques
- DARDENNE	KEMMEL (Union & Revillon)	Salavin
- DELESPAUL HAVEZ (Générale Alimentaire)	KWATTA	Schaal
- DERICAO	LANVIN	Sté des Coopératives de Consommation
- DESBOIS	LOISY & GELET	Sopad
- <del>                    </del>	MARLIEU	Suchard
- DONAT-DUPONT	MONACO	Tobler-
- ERIAMS	MOREAU	Union (Pupier)
- FAGOI	NEGUELOUA	Van Houten
- FAVIER MILLIAT	NOUVELLE CHOCOLATERIE	Voisin
- FLORIAN	DE SEDAN	Weiss (St. Etienne)

Membres de la chambre Syndicale des Chocolatiers.

V.- STRUCTURE COMMERCIALE

8.- Considération générale et évolution du marché français

Parmi ceux-ci les principaux fabricants de confiserie de chocolat (ou le département confiserie des grands chocolatiers) concurrents, de SCHAAL et classés par ordre décroissant sont les suivants :

- SUCHARD
- LANVIN
- LOZLOT
- IBLED
- FOULLON
- KENNEL
- SCHAAL =
- DELESPAUV HAVAZ
- ROUZAUD
- WEISS
- JACQUET
- JACQUIN
- 
- SALAVIN

Il est important également de signaler que les diverses sources de renseignements consultées et notamment parmi les confrères, <sup>leurs</sup> clients pâtisseries, confiseurs, sont unanimes à reconnaître que sur le plan qualité SCHAAL et ROUZAUD (Marquise de Sévigné) comptent parmi les leaders de la profession.

Produits fabriqués :

La profession a fabriqué en 1966 : 323.410 tonnes de produits finis, soit une hausse de 0,41 % par rapport à 1965.

Pour les tablettes et la couverture, le tonnage fabriqué a atteint 88.135 tonnes, soit une augmentation de 0,46 % par rapport à 1965.

## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 8.- Considération générale et évolution du marché français

Chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires total de la profession a atteint en 1966 : 1.983.335 milliers de F se ventilant ainsi :

- 1.065.270 milliers de F pour la chocolaterie, en augmentation de 3,93 % par rapport à 1965
- 918.065 milliers de F pour la confiserie, en augmentation de 4,06 % par rapport à 1965.

Et pour le domaine qui nous intéresse :- Chocolats fins et fourrés :

36.947 tonnes, soit 41,92 % du total contre 40,61 en 1965 (35.629 T.) se décomposant de la façon suivante :

- Chocolats fins 32.881 tonnes soit 37,31 %
- Chocolats fourrés )
- Chocolats crème ) - 3.264 tonnes soit 3,70 %
- Chocolats fourrés ) 802 tonnes soit 0,91 %
- Chocolats autres )

- Couverture :

7.802 tonnes, soit 8,85 % du total contre 8,22 en 1965 (7.210 T)

Par rapport à l'année 1965, et en pourcentage du total, on constate donc une diminution pour le chocolat à cuire et le chocolat à croquer, une augmentation pour les fins et pour la couverture. En valeur absolue, les postes sont en :

## V.- STRUCTURE COMMERCIALE

## 8.- Considération générale et évolution du marché français

- diminution de	:	9,01 % pour le cuire
- diminution de	:	2,99 % pour le croquer
- augmentation de	:	3,70 % pour les chocolats fins et fourrés
- augmentation de	:	8,21 % pour la couverture

Confiserie de chocolat :

En 1966, le tonnage produit a atteint 29.960 tonnes contre 28.635 T'an passé, ce qui représente une augmentation de 4,63 %

La ventilation des articles de confiserie de chocolat est la suivante :

- type bouchées .....	8.064 T contre 7.360 en 1965
- type bonbons fin année .....	17.957 T contre 17.771 en 1965
- type moulages genre Pâques .....	3.939 T contre 3.504 en 1965

L'augmentation d'une année à l'autre porte sur tous les postes.

Confiserie de sucre cuit :

Le tonnage fabriqué en 1966 a atteint 61.360 tonnes contre 61.940. La diminution par rapport à 1965 est de : 0,94 %.

Dragées dragéifiés et oeufs liqueur :

10.565 tonnes ont été produites contre 12.135 il y a un an, soit une diminution de 12,94 %.

Nous signalons qu'il a été fabriqué 1.720 tonnes d'oeufs liqueur figurant dans le chiffre de 4.200 de dragéifiés.

V.- STRUCTURE COMMERCIALE

8.- Considération générale et évolution du marché français

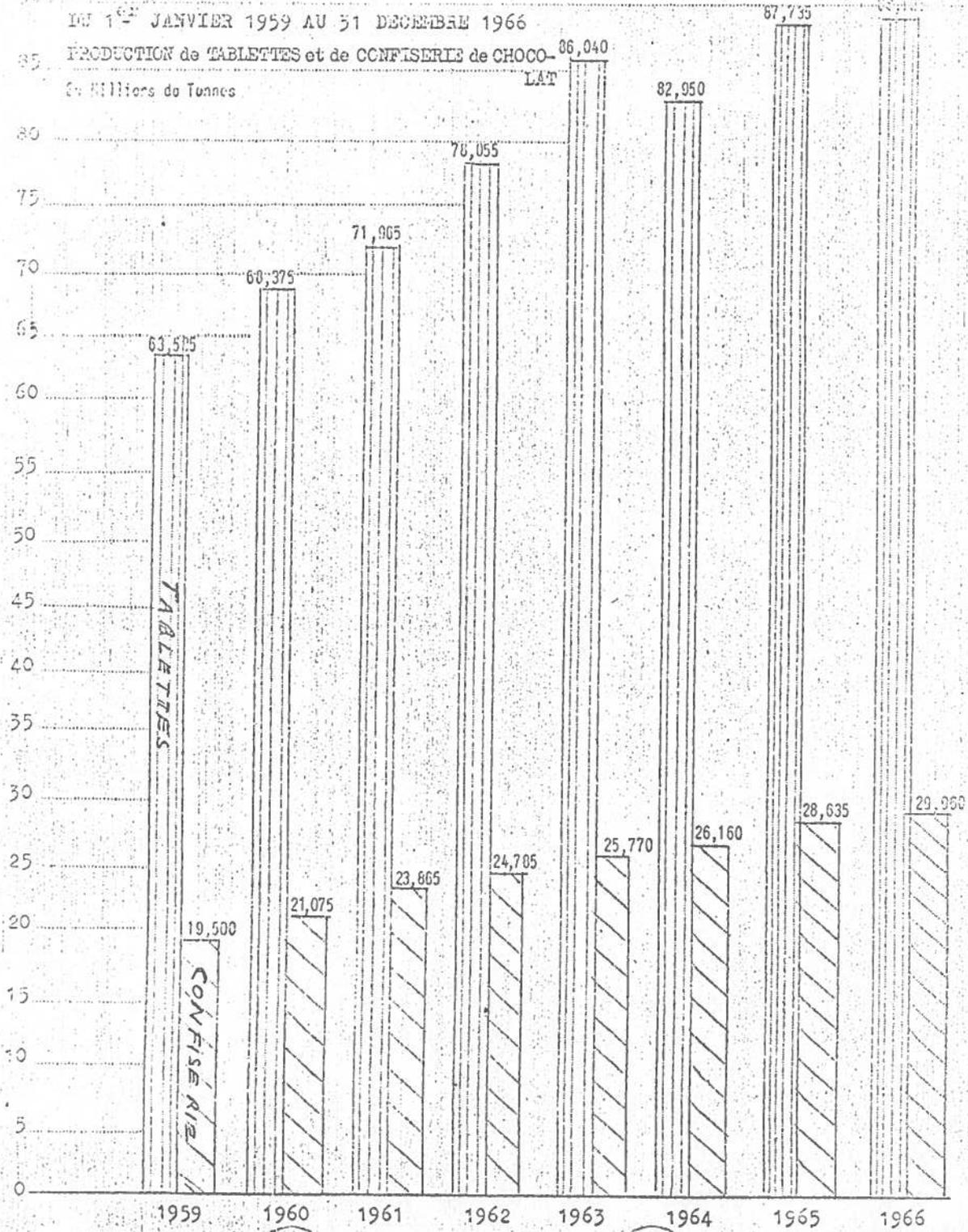
Le ~~graphique~~<sup>SUIVANT</sup> graphique nous montre bien la progression régulière et constante de la confiserie de chocolat.

Se basant sur la moyenne générale de la profession, un accroissement des ventes de 4 à 5 % l'an est donc le taux d'expansion raisonnable que l'on peut envisager pour SCHAAL.

.../...

DU 1<sup>er</sup> JANVIER 1959 AU 31 DECEMBRE 1966

PRODUCTION de TABLETTES et de CONFISERIE de CHOCOLAT  
En Millions de Tonnes



V.-- STRUCTURE COMMERCIALE

9.-- Salaires payés pour l'ensemble de la profession

En 1966, il a été payé en salaire et appointements, un total de 207.005 milliers de F.  
Par rapport à 1965, l'augmentation est de 7,79 %. Cette augmentation est due, pour une part, à la nouvelle présentation du personnel pour le 4ème trimestre 1966.

Si l'on compare le total des salaires et appointements payés d'une part, et le chiffre d'affaires total de la profession d'autre part, on obtient un pourcentage de 10,44 % légèrement supérieur à celui de 1965 (10,07 %).

On peut également procéder au rapprochement en tenant compte, non seulement des salaires et appointements, mais aussi des charges sociales.

Si l'on retient un chiffre de charges sociales moyen actuel de 54 % des salaires, on obtient un total salaires-appointements-charges sociales, de 318.788 milliers de F correspondant à 16,07 % du chiffre d'affaires de l'année.