

L'ENTREPRISE MAGIC FEET



Présentation

La Sté MAGIC FEET (SA), fabricant de chaussures de ville a été fondée en 1980 par M. PAUL. Son fils, Sébastien reprend l'affaire en 1998 et décide d'élargir son activité pour fabriquer et commercialiser des chaussures de danse de salon. Elle se situe à St Donat, dans la Drôme, quartier des Ulèzes. L'entreprise dispose de 15 salariés qui réalisent 400 à 500 paires de chaussures par mois. L'activité danse de salon représente le tiers de la production, le reste étant consacré à la sous-traitance pour d'autres fabricants de chaussures de la région. L'entreprise fait également appel à des fournisseurs étrangers pour des modèles qu'elle ne fabrique pas.

M. PAUL choisit ses peausseries chez des tanneurs prestigieux et confie la fabrication de ses chaussures à une équipe d'expérience. S'alliant à de jeunes créateurs, il conçoit les modèles en ayant le souci d'ajouter au confort technique de ces chaussures de compétition, l'élégance et la fantaisie.

Les chaussures sont confectionnées pour pratiquer avec aisance les différentes danses de salon (ou sportives), dans des salles équipées de parquet permettant la glisse. Les danses se répartissent en 2 catégories :

- Les danses latines : tango argentin, salsa, mambo, paso, rumba...
- Les danses standard : valse, claquettes, slow, fox, boogie-woogie, rock...

Environnement

L'entreprise vend sa production aux boutiques spécialisées, aux écoles de danse ainsi qu'aux particuliers. Il n'existe pas de concurrence directe en France ; celle-ci se situe plutôt en Angleterre (Sté Diamant), où la danse de salon est davantage pratiquée et en Italie (Sté Paoul). Le pourcentage à l'export est faible pour l'instant, même si l'entreprise commence à être connue à l'étranger.

Distribution

Les produits sont toujours disponibles directement à l'usine, sur simple demande : par courrier, fax ou courrier électronique. Deux commerciaux sillonnent l'hexagone et prospectent boutiques et écoles de danse.

L'entreprise MAGIC FEET est présente dans de nombreux salons. C'est une occasion privilégiée d'être à l'écoute de la clientèle dans le but de mieux cerner ses besoins spécifiques.

Le produit

Les chaussures sont réalisées en peausseries : box, nubuck, vernis ; des matières textiles sont également utilisées et parfois associées aux autres matériaux. Il existe un grand choix de coloris. Les chaussures sont proposées en pointures et demi-pointures. 2 largeurs supplémentaires sont disponibles sur demande.

- Chaussures hommes : 3 largeurs possibles, pointures du 38 au 45
Danse standard : talons de 25 à 30 mm.
Danse latines : talons de 35 mm.
- Chaussures femmes : pointures du 35 au 42, semelage type cubain ou Louis XV variant de 1,8 mm à 3,2 mm d'épaisseur maxi.
Danse standard : talons de 40 à 60 mm, cubain.
Danse latines : talons de 50 à 80 mm, Louis XV.

Suivant les demandes des clients, les semelages sont en cuir tanné au chrome, en croûte de buffle tannée mixte et en élastomère. La semelle cuir est plus épaisse. Elle est utilisée pour des danses nécessitant des claquettes vissées ou dans des lieux sans parquet (extérieur). Dans tous les cas, la densité du semelage reste inférieure à 1, afin de ne pas alourdir les chaussures.

Les premières de montage sont en Texon, matière microporeuse permettant la respiration de la plante du pied.

Monsieur PAUL précise que ses chaussures sont adaptées à la danse de salon pour les raisons suivantes :

- Souplesse : grâce au semelage en croûte de buffle,
- Légèreté : par une épaisseur appropriée du semelage.

Un bon contrôle de la glisse et des appuis nécessaires, pour éviter les chutes, s'avère indispensable.

Les chaussures sont souvent lumineuses, décorées de strass et adaptables en coloris aux tenues des danseurs.

Vous avez été récemment embauché(e) comme technico-commercial(e) dans l'entreprise MAGIC FEET. M. PAUL, décide, compte tenu de votre formation, de vous déléguer une partie de ses tâches.

TACHE 1 : NEGOCE

1. PROSPECTION PAR PUBLIPOSTAGE

M. PAUL vient d'acheter en Asie un stock important de chaussons de gymnastique, pouvant servir également à la pratique des arts martiaux (Prix de vente : 12 €). Vous envisagez une opération de prospection par publipostage sur la région Rhône-Alpes qui compte 275 clubs dans le secteur des arts martiaux.



- 1.1. Vous décidez de cibler ces clubs sportifs susceptibles d'utiliser ce type de produit. Déterminez l'intérêt et les limites de ce choix.
- 1.2. Quels sont les modes d'administration du publipostage à envisager ? Précisez les avantages et les inconvénients de chacun d'eux.
- 1.3. Votre choix se porte finalement sur un publipostage par envoi postal. Vous rédigez ce document.
- 1.4. Que devez-vous ajouter à ce courrier pour optimiser le taux de retour ?
- 1.5. A partir des informations de l'annexe 11, calculez le taux de retour minimal pour rentabiliser cette opération.
- 1.6. Quelles actions de suivi du mailing pouvez-vous envisager pour accroître l'efficacité de l'opération ?

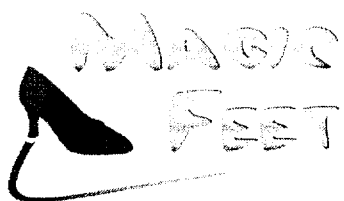
TACHE 2 : ADAPTATION DU MODELE CHARLESTON

2. ANALYSE FONCTIONNELLE

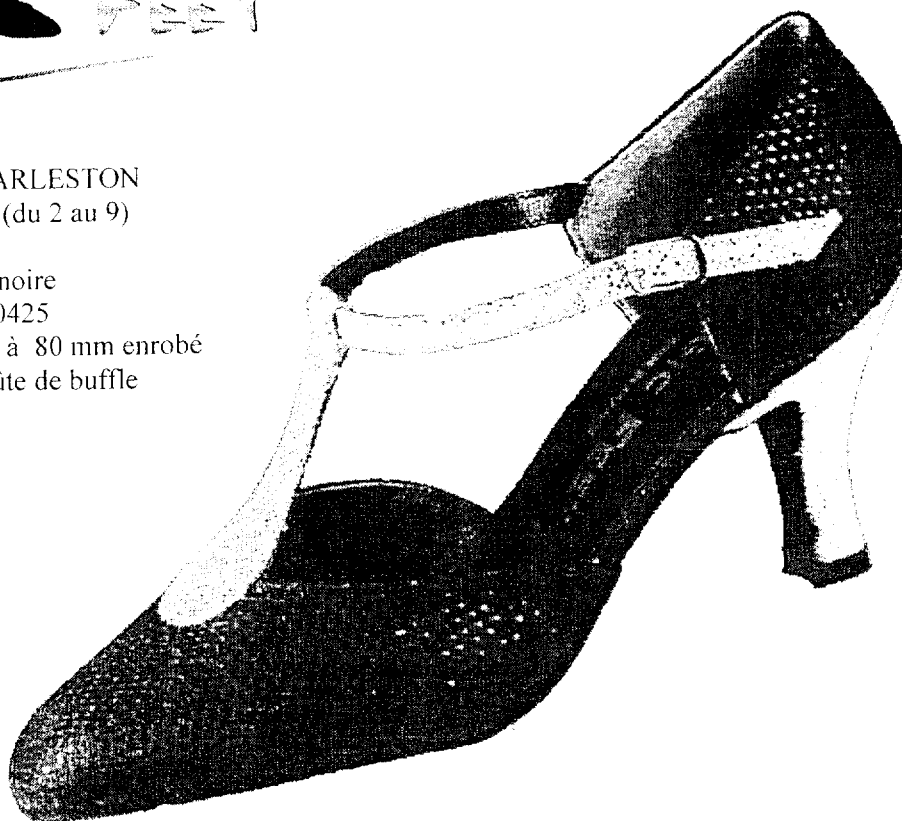
Afin de bien comprendre la chaussure de danse et son environnement, vous décidez de réaliser un graphe d'interaction en phase de danse d'une chaussure pour femme. A l'aide d'un article du centre technique du cuir (CTC) (**annexe 1**) et des informations collectées, vous pourrez effectuer la critérisation des fonctions.

- 2.1. Complétez le graphe d'interaction en vous aidant du DR2 (réponse sur DR1).
- 2.2. Complétez les tableaux de critérisation des fonctions (réponse sur DR2).

Mr PAUL n'ayant jamais eu le temps de finir les documents techniques des modèles, vous jugez utile de continuer ce travail. Vous commencez par le modèle Charleston.



Modèle CHARLESTON
Du 35 au 42 (du 2 au 9)
Coloris :
ton1 chèvre noire
ton2 textile 0425
Talon de 50 à 80 mm enrobé
Semelle croûte de buffle



Complétez :

- 2.3. La nomenclature et le dessin (réponse sur DR3 nomenclature Charleston)
- 2.4. La fiche descriptive du modèle (réponse sur DR4 fiche descriptive)
- 2.5. Expliquez les différences essentielles existant entre les trois types de semelles commercialisées.

3. GESTION DE LA FORCE DE VENTE

Monsieur PAUL vous transmet les résultats des commerciaux du mois de mars 2004.

- 3.1. Évaluez l'efficacité des 2 commerciaux en effectuant les calculs que vous jugerez utiles et préconisez les actions à entreprendre pour améliorer les performances de chacun d'entre eux (voir annexe 9).**
- 3.2. Monsieur PAUL pense qu'il serait nécessaire de recruter un commercial supplémentaire. De quels moyens disposez-vous pour informer les candidats éventuels de cette offre d'emploi ?**
- 3.3. Présentez un projet d'annonce d'offre d'emploi (10 x 10 cm) que vous proposez à M. PAUL.**

4. PLANIFICATION DES TACHES

L'un des objectifs de Monsieur PAUL est d'élargir son marché en couvrant les écoles de danse à l'étranger. Il a décidé de représenter l'entreprise Magic Feet au Salon de la danse sportive et de loisir à Eghezee en Belgique. Monsieur PAUL voudrait également profiter de cette occasion pour trouver un revendeur dans ce pays.

Ce salon regroupe chaque année les professionnels de la danse et a lieu le dernier week-end du mois de novembre 2004.

4.1. Précisez l'intérêt de la participation de MAGIC FEET à ce salon.

4.2. A partir de la méthode d'ordonnement de votre choix, vous calculez le délai minimum, en nombre de jours, pour préparer ce salon.

Préparation du salon Liste des tâches à effectuer

Nom	Descriptif	Durée (jours)	Tâches antérieures
A	Définition du budget	½	
B	Location, emplacement	½	A
C	Choix d'un décorateur	2	B
D	Choix des modèles exposés, préparation matériel spécial pour l'exposition	10	C
E	Conception du stand	5	C
F	Commande de services particuliers (électricité, téléphone, meubles, fleurs)	1	E
G	Choix d'un installateur	3	C
H	Préfabrication du stand	5	D E F
I	Tâches, choix, formation du personnel	1	A
J	Réservation de l'hôtel	1	I
K	Liste d'invitations	½	A
L	Commandes des cartes et badges	½	I K
M	Envoi des cartes d'invitation	½	L
N	Définition du plan de campagne publicitaire	1	A
O	Création et conception des documents publi-promotionnels	10	N
P	Envoi de publicités, publicité dans le catalogue	1	O
Q	Transport	1	G,H,J,P,M
R	Construction du stand	1	Q
S	Premier jour du salon à 8 h 30	Jour j	R

La participation au prochain salon de la danse sportive, offre à M. PAUL l'opportunité de renouveler la plaquette de présentation de l'entreprise.

4.3. A partir de l'annexe 12, ainsi que de vos connaissances, déterminez les précautions à prendre pour la réalisation d'une plaquette (fond et forme).

5. ÉTIQUETAGE DES CHAUSSURES

La commercialisation de ces chaussures impose au fabricant ou à l'importateur de réaliser un étiquetage en respectant la directive 94/11/CE du 23 mars 1994 (**Annexe 2**) du Parlement Européen et mise en application par le décret d'application No 96-477 (**Annexe 3**) du 30 mai 1996 relatif à l'étiquetage des articles chaussants.

REMARQUE : l'étiquetage des nouveaux produits respectera la terminologie des décrets d'application en vigueur.

- 5.1. Déterminez pour le modèle Charleston, les éléments nécessaires à l'étiquetage (**Annexe 4**).
- 5.2. Concevez la maquette d'une étiquette pour le modèle Charleston. Précisez toutes ses caractéristiques. Vous disposez pour cette question de pictogrammes sur le document ressource **Annexe 4**.

6. EVALUATION DES MODIFICATIONS

Mr Dupré, importateur canadien, est très intéressé par le modèle Charleston, mais il souhaite une adaptation du style pour les danseuses Québécoises. Il précise que ses « chaussures de caractère » devront avoir un talon plus large et moins haut. Cette contrainte vous a amené à proposer le talon E45 à la place du talon B57 utilisé sur le Charleston. Les deux talons ne sont pas du même type. Pour le louis XV, la semelle passe devant la gorge du talon (partie avant) et pour le talon cubain entre la creuse (haut du talon) et la première de montage.

Le talon E45 doit être enrobé de cuir ou de textile. Pour cette opération vous devez prendre en considération le coût de la main d'œuvre ainsi que le coût de la matière.



**Talon E45 type cubain
Version à enrober**

L'accord porte sur 200 paires par mois, en moyenne, pour le modèle « Louise » dérivé du « Charleston » avec un semelage cuir préfini et un talon enrobé.

6.1. Expliquez l'incidence de l'adaptation du modèle « Charleston » en « Louise ».

Au niveau :

- de la matière,
- des composants,
- des formes.

- 6.2. Énumérez les défauts possibles observables dans les cercles grisés ainsi que sur les parties hachurées de la peau. Précisez pourquoi il est important pour la qualité des produits de les éviter.
- 6.3. Calculez le coût matière de chaque enrobage (en cuir et en textile).
- 6.4. Chiffrez le coût de façon du talon E45 enrobé à partir du temps nécessaire à la réalisation et du coût minute de l'entreprise. Annexe 8.
- 6.5. Évaluez l'impact de toutes les modifications sur le prix final du produit avec les deux versions (talon enrobé cuir et talon enrobé en textile) par rapport au modèle « Charleston » de base. Commentez le résultat. (réponse sur DR6)

Mr Dupré explique que le pied canadien est un peu plus large et plus grand que le pied européen. La répartition des pointures est la même que celle connue en France mais avec un décalage d'une pointure entière vers le haut. Voir **Annexe 10**.

Afin de prévoir les besoins :

- 6.6. Établissez la nouvelle répartition prévisionnelle de pointures à partir des ventes de l'année précédente. (réponse sur DR6)
- 6.7. A partir de la nouvelle répartition, déduire le nombre prévisionnel de talons par taille pour la première commande (200 paires). (réponse sur DR6)

TALON E45

Regroupement du talon E45 en fonction de la pointure du semelage

	35	35,5	36	36,5	37	37,5	38	38,5	39	39,5	40	40,5	41	41,5	42	42,5	43
Semelle	35	36	37		38		39		40		41		42		43		
Taille talon	1			2					3								