



[Document title]

Document de Cadrage

Auteurs

Zina Assam

Lynda Boulila

Katia Katy

Francisco Javier Martínez Lago

1.	Introduction	3
2.	Champ d'étude	5
3.	Chiffres Clés	7
4.	Diagnostic et Bilan de l'état actuel	8

1.Introduction

Notre équipe a été contactée par MAXIMAG, société de distribution d'hypermarchés à l'échelle mondiale créée en France en 1965 et présente un peu partout en Europe depuis 1974, Asie et Amérique du Sud depuis 1980.

Ils ont récemment en 2004 fusionné avec le groupe SOCDIS lui permettant ainsi de leader français de la grande distribution, et deuxième mondial. Cette fusion lui a également permis de s'ouvrir vers la distribution petites et moyennes surfaces.

Cependant cette fusion a également posé quelques problèmes. En effet chaque groupe a gardé ses systèmes d'information. Le groupe s'est donc retrouvé avec plusieurs systèmes d'information en fonction des secteurs et des magasins selon leur ancienneté. Une information n'est donc pas centralisée et pas forcément accessible par tout le monde. Pour cela elle doit être saisie dans différents endroits. Ce qui implique des risques de retards et d'incohérences.

La mission qui nous a été confiée est donc de centraliser toutes les informations et d'avoir un seul système d'informations pour tout le groupe MAXIMAG-SOCDIS.

L'objectif final de MAXIMAG est de mettre en place l'architecture suivante :

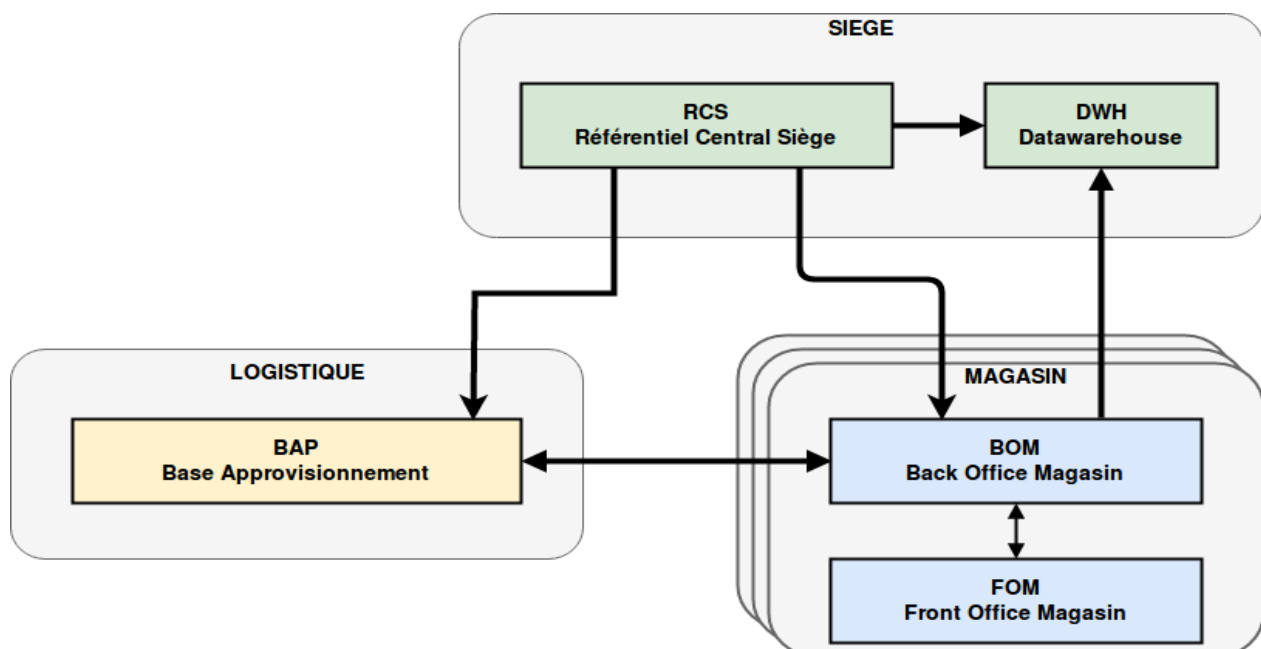


Figure-1 : Représentation des flux d'informations et interfaçage entre le Siège, le pôle logistique et les magasins

Notre mission quant à nous va se focaliser sur l'analyse et la conception du RCS. Ce RCS contiendra toute les données centralisées sur les différents produits que vend MAXIMAG mais aussi sur les accords commerciaux avec leurs fournisseurs.

Dans ce dossier, nous définirons dans un premier temps le champ de l'étude, les acteurs et les domaines connexes **[[À FINIR]]**

2. Champ d'étude

2.1 Définition du champ de l'étude

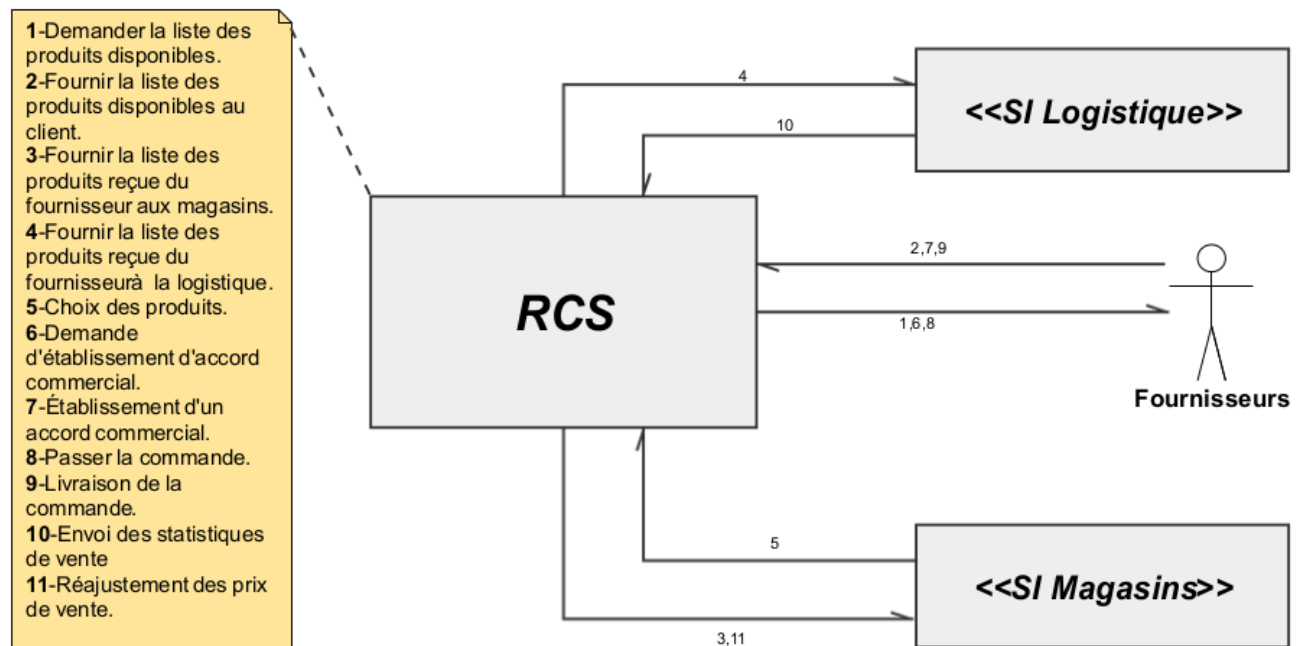
Notre mission dans un premier temps comme mentionnée en introduction est de participer à la conception et l'analyse d'un référentiel. Ce dernier aura comme fonction principale de centraliser toutes les données de produits vendus en magasin et d'accords commerciaux avec les différents fournisseurs.

En plus de centraliser les informations, le RCS aura comme fonction d'alimenter la BAP (Base Approvisionnement en produit) qui sert à gérer les approvisionnements en stock, ainsi que les BOMs (Back Office Magasin). De ce fait, le risque d'incohérence est réduit et les données sont saisies qu'une seule fois.

Le référentiel sera donc un système de production et non de pilotage. C'est pour cela que dans un second temps, un datawarehouse sera envisagé afin de pomper les informations dans les différents systèmes.

2.2 Modèle du contexte

Nous avons donc établi le diagramme de contexte suivant :



2.3 Acteurs et Domaines Connexes

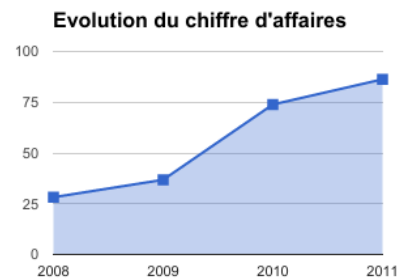
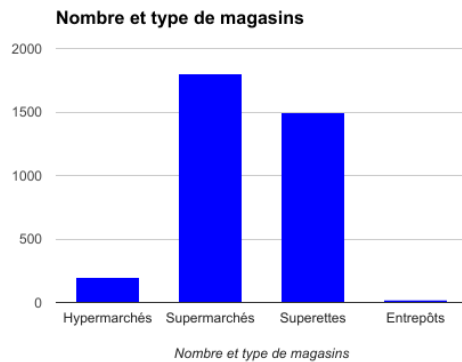
Nous avons un acteur externe qui représente les fournisseurs. Ce sont les personnes en contact avec les départements Achats et avec qui le département établit les accords commerciaux pour des nouveaux produits. Ces accords commerciaux vont contenir des informations comme le prix d'achat, les ristournes et les remises qui seront vérifiés par le département achat dans le RCS.

Ensuite, on a identifié deux domaines connexes : la logistique et le magasin.

La logistique gère les approvisionnements des entrepôts ainsi que les BOM (Back Office Magasin) à fin d'avoir des informations cohérentes.

Les magasins servent des lieux de vente des produits. Ils font des commandes auprès de la logistique et ils sont acheminés de l'entrepôt jusqu'aux boutiques pour ainsi permettre aux produits d'être exposés dans les rayons et ainsi d'être vendus.

3.Chiffres Clés



Accords Commerciaux	100 max	Par an
Articles créés	5 à 150	Par jour
Articles modifiés	24 à 40	Par jour
Temps de saisie d'une nouvelle fiche produit	10 à 15	Minutes
Temps de modification d'une fiche de produit		5 Minutes
Taux d'erreur lors de la saisie d'une fiche produit	10 à 20	Pour cent
Ajustements de prix	0 à plus de 10	Par jour
Articles photographiés	8000 avec 2 ou 3 photos par articles	
Durée de Collections	Quelques semaines	
Durée de opérations Promo	Quelques jours	
Magasins alimentés		200

Faiblesses

Thème : gestion des prix

N°	Faiblesse		Cause du dysfonctionnement	N°	Orientation		
	Libellé	Aspect	Libellé		Libellé	Aspect	Importance
1	Manque de contrôle des prix de vente par rapport aux prix d'achat	Métier	Absence d'outils de contrôle pour comparer les prix de vente et les prix d'achat				
2	Manque de suivi des prix pratiqués par les magasins	Métier	Absence de contrôle des types de prix dans les magasins				

Thème : gestion des données et des clients

N°	Faiblesse		Cause du dysfonctionnement	N°	Orientation		
	Libellé	Aspect	Libellé		Libellé	Aspect	Importance
1	Possibilité d'un blocage des systèmes durant l'ouverture aux clients	Technique	Transfert des informations vers les différents systèmes dans 200 magasins				

Forces

Thème : gestion des données						
N°	Force		Cause du bon fonctionnement	N°	Orientation	
	Libellé	Aspect	Libellé		libellé	Aspect Importance
1	Banque de photos pour les produits en magasin	Technique	L'équipe de graphiste qui se charge de la qualité de l'image produit			
2	Réalisation d'une étude assez poussée sur le référentiel à implanter	Technique	Développement avec des maquettes d'IHM			