

MEMOIRE DE STAGE EN ENTREPRISE CHEZ GERS EQUIPEMENT



Université de Technologie Tarbes Occitanie Pyrénées (UTTOP)

Département Techniques de Commercialisation – 1 Rue Lautréamont, 65000 Tarbes – (2024 – 2025)

Gers Equipement – Avenue de Larbonne, 32300 Mirande

Mémoire de stage en entreprise chez Gers Equipement

Kadrie SHALA

BUT 3 Techniques de commercialisation – parcours Business International : Achat Ferme et Vente

Gers Equipement – Avenue de Larbonne, 32300 Mirande

Stage : du 17 mars au 6 juin

Ce mémoire présente le déroulement de mon stage de troisième année au sein de Gers Équipement, une entreprise spécialisée dans la distribution de produits pour la cuisine, la cuisson et l'art de la table. Intégrée au service Achat Fermes, j'ai occupé le poste d'assistante acheteuse dans le pôle cuisson. Mes missions ont couvert un large éventail de tâches : création de références produits et fournisseurs, gestion des échantillons, suivi des commandes, vérification des fichiers graphiques, demandes de prix et communication avec les fournisseurs internationaux. Ce stage m'a permis de découvrir l'importance de la rigueur dans le traitement des données, la coordination entre services et l'usage d'outils numériques tels que Navision et PLM. Une analyse des processus internes m'a conduite à formuler plusieurs recommandations, dont la mise en place d'un guide d'utilisation du PLM et de check-lists de validation. Cette expérience m'a apporté une meilleure compréhension des enjeux Achat Fermes dans un environnement international et a renforcé mes compétences professionnelles.

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement l'entreprise Gers Equipement de m'avoir accueilli en stage et permis de découvrir un environnement professionnel enrichissant et formateur.

Je souhaite exprimer toute ma gratitude à Lucie Fontaine, mon maître de stage, pour son accompagnement bienveillant, sa disponibilité et ses conseils tout au long de cette expérience. Son encadrement a été essentiel à ma progression. Merci également à Vincent Foglierini chef de service, pour son accueil et sa confiance.

Je tenais à remercier, Lucile Minjou et Adeline Coussy, qui m'ont accompagnée avec patience et bienveillance tout au long de mon intégration au pôle cuisson. Leur disponibilité, leurs explications et leur soutien quotidien ont été essentiels pour ma progression et ma compréhension des missions confiées.

Je remercie vivement l'ensemble de l'équipe du service Achat Fermes, ainsi que les collaborateurs des autres services, pour leur disponibilité, leur écoute et leur aide précieuse chaque fois que j'avais des questions. Leur bienveillance a grandement facilité mon intégration et mon apprentissage.

Je tiens aussi à adresser mes sincères remerciements à Madame Huguet Bourrel, mon enseignante référente, pour son suivi et ses conseils durant la rédaction de ce mémoire.

Enfin, je remercie tout particulièrement Madame Morgane Tournadre pour m'avoir recommandé à cette entreprise et m'avoir ainsi permis de vivre cette expérience professionnelle enrichissante.

Table des matières

Table des matières.....	4
1. Présentation de Gers Équipement	8
2. Le service Achat Fermes dans l'organisation	9
2.1. Comment les Achat Fermes sont-ils planifiés	10
2.2. Les outils utilisés.....	11
2.3. L'organisation hiérarchique et les responsabilités	13
2.4. Les enjeux spécifiques au secteur	13
3. Enjeux stratégiques des Achat Fermes pour l'entreprise	15
3.1. Enjeux stratégiques : Délais, stocks, logistique	15
3.2. Enjeux économiques : Coûts, qualité, rentabilité	15
3.3. Enjeux concurrentiels : Innovation, différenciation	16
3.4. Matrice SWOT	16
4. Problématique de départ et diagnostic.....	19
5. Déroulement de la mission	19
5.1. Tâches réalisées :.....	19
5.1.1. Intégration dans les services	19
5.1.2. Samples checks.....	21
5.1.3. Mapping produits	22
5.1.4. Classification pour ceux qui partent en Chine.....	23
5.1.5. Création de références	24
5.1.6. Création fournisseurs :	26
5.1.7. Demande de prix	27
5.1.8. MAJ données article	27
5.1.9. Vérification AW	29
5.1.10. Communication avec les fournisseurs.....	30
5.1.11. Implantation	31
6. Difficultés rencontrées	32
7. Résultats et enseignements	33
8. Préconisations et perspectives.....	34

Introduction :

Le développement économique mondial impose aujourd'hui aux entreprises d'optimiser en permanence leurs fonctions clés pour maintenir leur compétitivité. Dans ce contexte, la fonction Achat Fermes ne se limite plus à la simple négociation des prix. Elle est devenue un levier stratégique de performance et un point névralgique de la chaîne d'approvisionnement. Elle influe directement sur les coûts, les délais, la qualité des produits, la conformité réglementaire et, par conséquent, sur la satisfaction client. L'évolution des marchés, la complexité des réseaux logistiques internationaux et les exigences croissantes en matière de traçabilité renforcent l'importance d'une gestion rigoureuse, transversale et digitalisée des Achat Fermes.

J'ai eu l'opportunité de découvrir cette réalité en intégrant Gers Équipement, entreprise française fondée en 1988, spécialisée dans la distribution de produits pour la cuisine, la cuisson et l'art de la table. À travers ses marques (Equinox, Créalys, Sitram, Geneviève Lethu...) et sa présence dans 29 pays, Gers Équipement illustre parfaitement le dynamisme d'une entreprise intermédiaire à rayonnement international. Son organisation repose sur une chaîne logistique maîtrisée, une forte réactivité aux tendances du marché, et un ancrage local fort. L'entreprise s'appuie sur des valeurs telles que l'audace, la solidarité et la responsabilité environnementale, et développe une politique d'Achat Ferme pensée pour conjuguer performance économique, innovation et conformité.

Mon stage s'est déroulé au sein du service Achat Fermes "Ferme", et plus spécifiquement dans le pôle cuisson, où j'ai exercé les fonctions d'assistante acheteuse. Cette immersion m'a permis de participer activement à un large éventail de missions : création de références produits, gestion des échantillons, suivi des demandes de prix, mise à jour des données, vérification des fichiers graphiques (AW), et communication directe avec les fournisseurs internationaux. J'ai ainsi découvert l'importance d'une gestion rigoureuse des informations, d'une coordination fluide entre les services internes, et de l'utilisation d'outils numériques performants, en l'occurrence les logiciels Navision (ERP) et PLM (Product Lifecycle Management).

Ce stage m'a également permis d'analyser les points forts de l'organisation Achat Fermes de Gers Équipement, mais aussi d'identifier certaines limites dans les processus, les outils et la collaboration interservices. J'ai pris conscience que la réussite d'un Achat Ferme ne dépend pas seulement du choix d'un fournisseur ou du prix obtenu, mais aussi de la fluidité de l'ensemble du cycle, depuis la création du produit jusqu'à sa livraison au client, en passant par le respect des délais, la conformité technique, la gestion des données et la communication transverse.

Dans un premier temps, le mémoire présentera l'entreprise Gers Équipement ainsi que son environnement professionnel afin de mieux comprendre son organisation et le rôle stratégique du service Achat Fermes dans sa structure. Ensuite, il s'agira d'analyser les différentes missions réalisées durant le stage en mettant en lumière les processus observés, les difficultés rencontrées et les enseignements tirés de cette expérience. Enfin, une réflexion sera menée sur les axes d'amélioration possibles avec des préconisations concrètes visant à optimiser les processus internes et l'utilisation des outils numériques au sein du service Achat Fermes.

Comment le service Achat Fermes peut-il optimiser ses processus internes pour garantir la qualité, la traçabilité et la réactivité dans un contexte de forte dépendance aux fournisseurs internationaux ?

Partie 1 : Contexte et environnement professionnel

1. Présentation de Gers Équipement

Présente aux côtés de la grande distribution, Gers Équipement est fondée en 1988. Née dans le sud-ouest de la France à Mirande, l'entreprise invente le concept de foire avec reprise. Depuis ses débuts en 1988, l'entreprise n'a cessé de grandir et de se développer, en rachetant la marque de coutellerie Gimel en 1997. Mais c'est en 2001 qu'elle va accélérer son développement dans la grande distribution en rejoignant le groupe Cargo. Au fur et à mesure du temps, des marques sont créées pour maintenir le développement, comme Equinox pour l'équipement de la cuisine ainsi que Créalys pour la cuisson. De 2011 à 2023, Gers Équipement va fortifier son portefeuille de produits et de marques en intégrant Veceral (verrerie et vaisselle) ainsi que la marque Sogex (céramique culinaire). Elle va reprendre la marque Sitram qui est la deuxième marque d'ustensiles de cuisson en France, et enfin, elle devient le distributeur exclusif de la marque Geneviève Lethu qui excelle dans le domaine de l'art de la table.

Gers Équipement est un acteur majeur dans le domaine de la distribution, avec une logistique performante et une présence à l'international. Chaque jour, l'entreprise se distingue par son efficacité : une commande enregistrée toutes les 3 minutes. Tous les produits sont rigoureusement testés avant leur expédition, garantissant une qualité optimale. Avec une surface d'entrepôt de 30 000 m², Gers Équipement réceptionne chaque année 2 millions de colis. En 2023, ce sont plus de 35 millions de produits qui ont été vendus, soit un produit par seconde. L'entreprise travaille en collaboration avec 147 fournisseurs et a livré 85 000 palettes sur l'année, dans 29 pays différents. Gers Équipement réalise un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros, et peut compter sur les compétences et le dynamisme de 295 collaborateurs. Deux laboratoires internes assurent le contrôle qualité et la performance produits. L'entreprise sert 7 000 clients et dispose d'un réseau de commerciaux qui peuvent se déplacer. Grâce à ces chiffres impressionnants, Gers Équipement illustre son dynamisme, sa capacité d'innovation et son engagement constant envers ses partenaires et clients.

De plus, Gers Équipement avance avec des valeurs fortes qui façonnent son identité et guident son développement. L'audace, la sincérité, le respect et l'esprit d'entreprise forment un pilier de son action au quotidien. L'entreprise place la solidarité au cœur de ses priorités, en s'impliquant dans des actions sociales concrètes, que ce soit à travers sa Fondation ou par le biais de partenariats ponctuels avec des associations comme les Restos du Cœur. Gers Équipement est engagée dans une démarche responsable, en réduisant son impact

environnemental grâce à une logistique optimisée, une gestion maîtrisée des déchets et des emballages, ainsi qu'en améliorant les conditions sociales de sa chaîne d'approvisionnement via la plateforme BSCI d'AMFORI¹. L'entreprise valorise aussi fortement son ancrage local dans le Gers, symbole d'authenticité et de qualité de vie. Enfin, son savoir-faire repose sur une maîtrise complète de la chaîne de production, de la conception à la livraison, avec des produits pensés pour répondre précisément aux besoins de chaque client.

2. Le service Achat Fermes dans l'organisation

Gers Équipement s'articule autour de dix services principaux qui contribuent ensemble à la performance de l'entreprise : le service Achat Fermes et Achats Foire, la PAO (publication assistée par ordinateur), la Qualité, l'ADV (administration des ventes), la Supply chain, la Comptabilité, le service Commercial, le Marketing, et enfin, la logistique.

Dans le cadre de ce mémoire, l'analyse portera plus spécifiquement sur le service Achat Ferme², afin d'en étudier le fonctionnement et les enjeux. Dans ce service, il y a trois pôles : le pôle ustensiles de cuisine, le pôle art de la table, et le pôle ustensiles de cuisson³. Il y a quatre personnes qui travaillent au pôle ustensiles, cinq personnes au pôle art de la table et deux personnes au pôle ustensiles de cuisson. Il y a une assistante adjointe et enfin le chef de service.

Le service Achat Fermes de Gers Équipement joue un rôle central dans le développement de l'offre dédiée à l'univers de la ferme. Ce service est chargé de sourcer, sélectionner et négocier avec les fournisseurs les produits répondant aux besoins spécifiques de ce secteur. Il veille à garantir la qualité, la compétitivité des prix et le respect des délais de livraison. En lien étroit avec les services qualité, data, PAO, commercial et marketing, le service Achat Fermes contribue à la conception de produits adaptés, performants et attractifs, tout en optimisant les

¹ Les normes de travail de l'Organisation internationale du travail

² Assure l'approvisionnement régulier des gammes comme la cuisson ou l'art de la table, en veillant à la qualité, la conformité et la disponibilité des produits tout au long de l'année. Ce service stratégique agit dans une logique de continuité.

³ Gère l'Achat Ferme et le suivi des produits liés à la cuisson (poêles, casseroles, etc.), en assurant leur développement, leur conformité et leur disponibilité auprès des fournisseurs spécialisés.

coûts d'approvisionnement. Son action a un impact direct sur la satisfaction des clients et sur la performance globale de l'entreprise.

2.1. Comment les Achat Fermes sont-ils planifiés

Chez Gers Équipement, la planification et la budgétisation des Achat Fermes reposent sur une approche anticipative et structurée. Les besoins sont identifiés en amont en fonction du calendrier commercial, des prévisions de vente, des niveaux de stock et des lancements de nouveaux produits. Une fois les priorités établies, le service Achat Fermes établit un planning des commandes à passer, souvent en lien avec les autres services comme la supply chain, le commercial ou encore la qualité. Le budget alloué aux Achat Fermes est défini selon plusieurs critères : volumes prévisionnels, prix des matières premières, coûts logistiques et marges attendues. Les acheteurs s'appuient sur un panel de fournisseurs référencés, sélectionnés selon leur spécialité, leur réactivité et leur fiabilité. Pour chaque nouveau produit ou besoin, plusieurs fournisseurs sont consultés afin de comparer les prix, les conditions de livraison et la qualité des échantillons proposés. Cela permet de garantir un bon rapport qualité-prix tout en respectant les contraintes budgétaires de l'entreprise.

Dans le cas particulier des achats effectués en Chine, plusieurs points de vigilance doivent être pris en compte afin de limiter les risques et assurer une qualité constante. Le marché chinois présente des spécificités liées à la distance, aux délais de livraison, aux fluctuations des coûts logistiques, mais aussi à la variabilité de la qualité des produits. Afin de sécuriser les approvisionnements, des inspections qualité sont systématiquement réalisées avant l'expédition, soit par des prestataires externes spécialisés, soit via des audits réalisés en amont chez les fournisseurs. Le management veille également à maintenir une communication régulière avec les partenaires chinois, en s'assurant que les spécifications techniques soient bien comprises et respectées. En complément, un suivi documentaire rigoureux (BL, certificats, rapport d'inspection) est mis en place pour garantir la traçabilité. Cette gestion proactive permet de mieux maîtriser les risques liés à l'international et d'assurer la conformité des produits reçus avec les exigences de l'entreprise.

En ce qui concerne les conditions de paiement, Gers Equipement privilégie le mode de règlement par virement bancaire international aussi appelé T.T.⁴, car il est plus rapide, flexible et généralement moins coûteux. L'objectif est de négocier des délais de paiement les plus longs possibles, idéalement 60 jours après la date d'embarquement (ETD), afin de garantir que la marchandise soit bien réceptionnée et vérifiée avant que le paiement ne soit effectué au fournisseur. Toutefois, certains fournisseurs continuent à imposer l'utilisation du crédit documentaire (crédoc), un mécanisme impliquant à la fois l'entreprise, sa banque, la banque du fournisseur et le fournisseur lui-même. Bien que ce système offre une certaine sécurité, il est plus complexe, coûteux et rallonge les délais administratifs.

En parallèle, une attention particulière est portée aux B.L.⁵, documents essentiels pour la propriété et la libération des marchandises. Il existe deux pratiquement principales : B.L original, qui constitue une preuve physique de propriété indispensable pour récupérer un conteneur à son arrivée. Sans ce document original, il est impossible de libérer la marchandise. En alternative, certains fournisseurs utilisent le B.L release, une version dématérialisée du document. Dans ce cas, le fournisseur règle les frais pour que le conteneur soit automatiquement libéré à l'arrivée en France, sans qu'un justificatif physique ne soit nécessaire. Cette méthode permet de gagner du temps et de simplifier la logistique, tout en sécurisant la transaction.

2.2. Les outils utilisés

Le service Achat Fermes utilise Navision, un ERP (Enterprise Resource Planning), c'est un logiciel utilisé par l'entreprise. On peut y voir et créer les numéros fournisseurs, les numéros des produits, les numéros de commandes, les stocks, ainsi que les informations logistiques. Ce logiciel permet de tout planifier et tous les services de l'entreprise y ont accès et peuvent consulter les informations concernant les produits, les commandes et les fournisseurs.

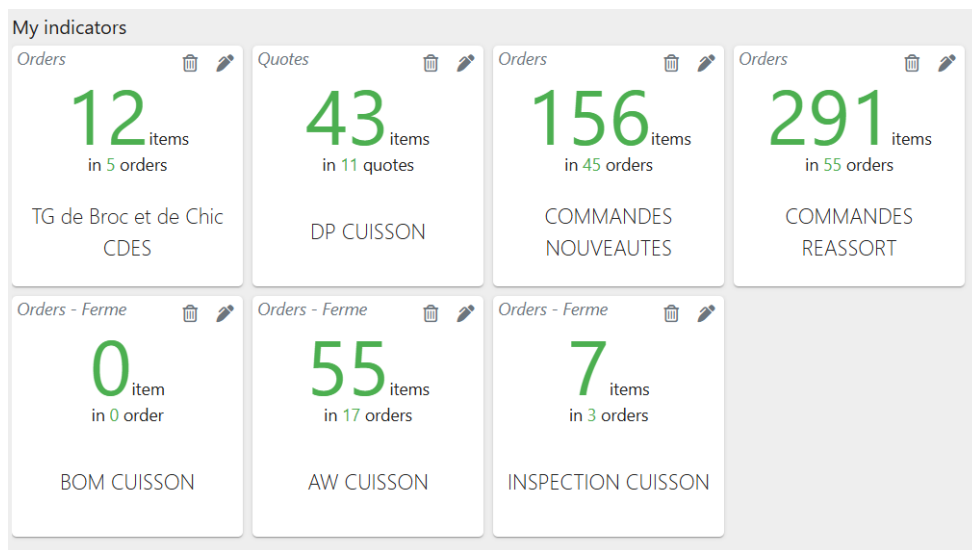
Le service Achat Fermes utilise aussi un logiciel qui se nomme PLM (Product Life Management). Ce logiciel permet de gérer l'ensemble des informations et des étapes liées à un produit, depuis sa création jusqu'à sa mise dans le conteneur. Grâce au PLM, différents services comme les Achat Fermes, la qualité, la supply, peuvent centraliser leurs données et collaborer plus efficacement. Le logiciel facilite la gestion des commandes, des fiches produits, des

⁴ Telegraphic Transfer

⁵ Bill of lading, Bon de livraison

documents techniques, des visuels d’emballage aussi peut appeler "Artwork", mais aussi le suivi des validations internes avant la commercialisation.

En utilisant le PLM, l’entreprise gagne en traçabilité et en organisation, ce qui permet de mieux coordonner les projets et d’assurer une mise sur le marché rapide et maîtrisée des produits. Ces deux logiciels sont complémentaires. Il faut d’abord passer par Navision, qui permet de stocker les données en rapport avec les produits, les fournisseurs ainsi que les commandes. Le PLM permet de faire le suivi des commandes plus facilement.



Voici les tuiles que j’ai créer pour le suivie des commandes. On peut voir le nombre de BOM, AW à traiter, etc...

717049 - POELE FTE ALU AA CERAM D20 NOUVEAUTE PRIO SITRAM ACTIONS

Attribute	Value
Descriptions	N/A
Factory	31/05/2025
Initial ETD	29/06/2025 71696
Current ETD	01/05/2025 71696
Initial MAD	01/05/2025 71696
Current MAD	10/08/2025
Preparation Date	A045
Item Purchaser	
Sell price	€0.00
100% Production + 80% packing	12/06/2025
Port Of Loading	SZX
Volume	13.57398
Planned Receipt Date	01/09/2025
Criticality	HIGH
Quality category code	H03
Quantity	3,780
Last purchase price	\$3.61
Amount	\$13,645.80
Graphic charter	NO DATA
Packaging code	FOURREAU CARTON
Universe code	EXCLU-CTK
Barcodes	BARCODES
FSC Article	FSC NON
FSC Packing	FSC NON
Package Qty	6-0

Progress Bar:

- 17 Waiting for mass prod sample sent by vendor (Todo)
- Mass prod sample request sent (Done)
- 2 Info to validate (Inspection) (Actions of other profiles)

Timeline:

- 21/03/2025 Init Ftp Date
- 23/05/2025 Jira Date Updated

Footer: Qinsky • Printing proof reception • Mass prod sample • Others

Sur cette image on peut voir les étapes du début donc la demande du BOM au MPS⁶. C’est ici que les services Achat Ferme, Qualité et Supplychain vont effectuer leurs étapes. Chacun à

⁶ BOM : Bill of Material, MPS : Mass Production Sample

ses étapes et les autres services doivent attendre pour continuer tant qu'un service n'a pas fini son étape d'avant.

On travaille également énormément avec le logiciel Excel, qui permet de créer de nouvelles références mais aussi de mettre à jour des données. Ces fichiers Excel sont envoyés à la data qui les intègre ensuite dans Navision.

2.3. L'organisation hiérarchique et les responsabilités

Au sein du service Achat Fermes de Gers Équipement, l'organisation repose sur trois pôles distincts, chacun spécialisé dans une famille de produits : les ustensiles de cuisson, l'art de la table, et les ustensiles de cuisine. Chaque pôle est composé d'un acheteur et d'un category manager, qui collaborent étroitement dans la prise de décisions relatives à leur gamme respective.

Les décisions d'Achat Ferme sont principalement prises conjointement par le category manager et l'acheteur, chacun apportant son expertise sur le produit, le marché et les conditions commerciales. Toutefois, lorsque certaines situations nécessitent un arbitrage — en raison d'un montant important, d'un enjeu stratégique ou d'une incertitude — ces derniers sollicitent l'avis du chef de service Achat Fermes. C'est alors ce dernier qui tranche et prend la décision finale, garantissant ainsi la cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise.

Sur le plan géographique, la majorité des fournisseurs de Gers Équipement sont basés en Chine, ce qui reflète une logique d'approvisionnement liée aux coûts de production. Néanmoins, l'entreprise diversifie partiellement ses sources en travaillant également avec des fournisseurs situés en Europe, notamment au Portugal, en Allemagne, et en Turquie. Elle collabore également avec un fournisseur basé au Brésil, ce qui témoigne d'une ouverture à des partenariats internationaux au-delà du cadre eurasiatique, pour répondre à des besoins spécifiques mais aussi pour diversifier les risques liés à la dépendance à un seul marché.

2.4. Les enjeux spécifiques au secteur

Le secteur dans lequel évolue Gers Équipement n'est pas fortement soumis à la saisonnalité. Les Achat Fermes sont majoritairement réalisés en fonction des besoins réels du marché et des demandes des clients, avec une part importante dédiée au réassort. Environ 80 % des références proposées sont des produits déjà bien établis dans le catalogue, régulièrement commandés par les distributeurs. Ces produits constituent le coeur de l'offre, assurant une continuité et une stabilité dans les volumes d'Achat Ferme.

Parallèlement, l'entreprise veille à maintenir une dynamique d'innovation commerciale, en intégrant chaque année environ 20 % de nouveautés. Ces nouveaux produits sont choisis à partir de tendances identifiées, d'opportunités fournisseurs ou encore de suggestions internes, et permettent à l'entreprise de renouveler partiellement son offre et de conserver une attractivité sur le marché.

Le service Achat Fermes est également confronté à des contraintes réglementaires spécifiques à certains matériaux et produits. Par exemple, pour les produits en bois, les normes FSC (Forest Stewardship Council) ou EUDR (Règlement de l'Union européenne sur le bois) imposent une traçabilité stricte afin de garantir une origine responsable et légale du bois utilisé.

De plus, les produits plastiques sont soumis à des restrictions de plus en plus strictes, notamment concernant la présence de substances chimiques comme les PFAS (substances per- et polyfluoroalkylées) ou PFOA (acide perfluorooctanoïque), connues pour leur impact environnemental et sanitaire. Ces exigences obligent l'entreprise à travailler en étroite collaboration avec ses fournisseurs pour s'assurer de la conformité des matériaux utilisés, via des certifications ou des tests en laboratoire.

La gestion des échantillons constitue un maillon essentiel dans le processus Achat Ferme. Avant de valider un produit, deux types d'échantillons peuvent être demandés aux fournisseurs :

- Le **pré-production sample** (ou *preprod sample*), qui est réalisé après le lancement de la commande mais avant la fabrication de la totalité du lot. Il permet à l'acheteuse de contrôler la conformité du produit aux attentes, tant sur les aspects techniques qu'esthétiques.

- Le **mass production sample**, fourni une fois la production terminée, est utilisé pour effectuer une dernière vérification de la qualité du lot complet. Ce second échantillon est crucial pour identifier d'éventuelles dérives par rapport au prototype initial.

Ce double contrôle permet de limiter les risques de non-conformité, de retours ou de litiges avec les clients finaux. Cette rigueur dans la gestion des échantillons illustre l'importance accordée à la qualité et à la conformité dans le processus d'Achat Ferme.

3. Enjeux stratégiques des Achat Fermes pour l'entreprise

3.1. Enjeux stratégiques : Délais, stocks, logistique

Gers Équipement dépend de flux internationaux, ce qui rend les délais d'acheminement critiques. Les temps de production et de transport depuis l'Asie, souvent longs et sujets à des aléas (congestion portuaire, crise géopolitique, hausse des coûts de fret), exigent une planification anticipée.

L'enjeu est donc de maintenir un équilibre entre un niveau de stock suffisant pour garantir la disponibilité des produits, et un stock maîtrisé pour limiter les coûts de stockage et éviter l'obsolescence.

Sur le plan logistique, la coordination entre les équipes Achat Fermes, supply chain et logistique est essentielle pour assurer une fluidité dans la réception, la gestion des entrepôts et les livraisons clients.

3.2. Enjeux économiques : Coûts, qualité, rentabilité

Pour Gers Équipement, maîtriser les coûts d'Achat Ferme est un levier fondamental de rentabilité, compte tenu des marges souvent serrées dans le secteur des biens d'équipement pour la maison. Le recours majoritaire à des fournisseurs chinois permet de bénéficier de prix compétitifs, mais nécessite en parallèle un contrôle rigoureux de la qualité afin d'éviter les non-conformités.

L'objectif économique principal est donc d'optimiser le rapport qualité/prix pour préserver les marges tout en garantissant un niveau de qualité conforme aux attentes des distributeurs et des consommateurs finaux. De bonnes négociations avec les fournisseurs, la gestion rigoureuse des volumes, et l'anticipation des hausses tarifaires (matières premières, transport, douanes) sont des enjeux majeurs.

3.3. Enjeux concurrentiels : Innovation, différenciation

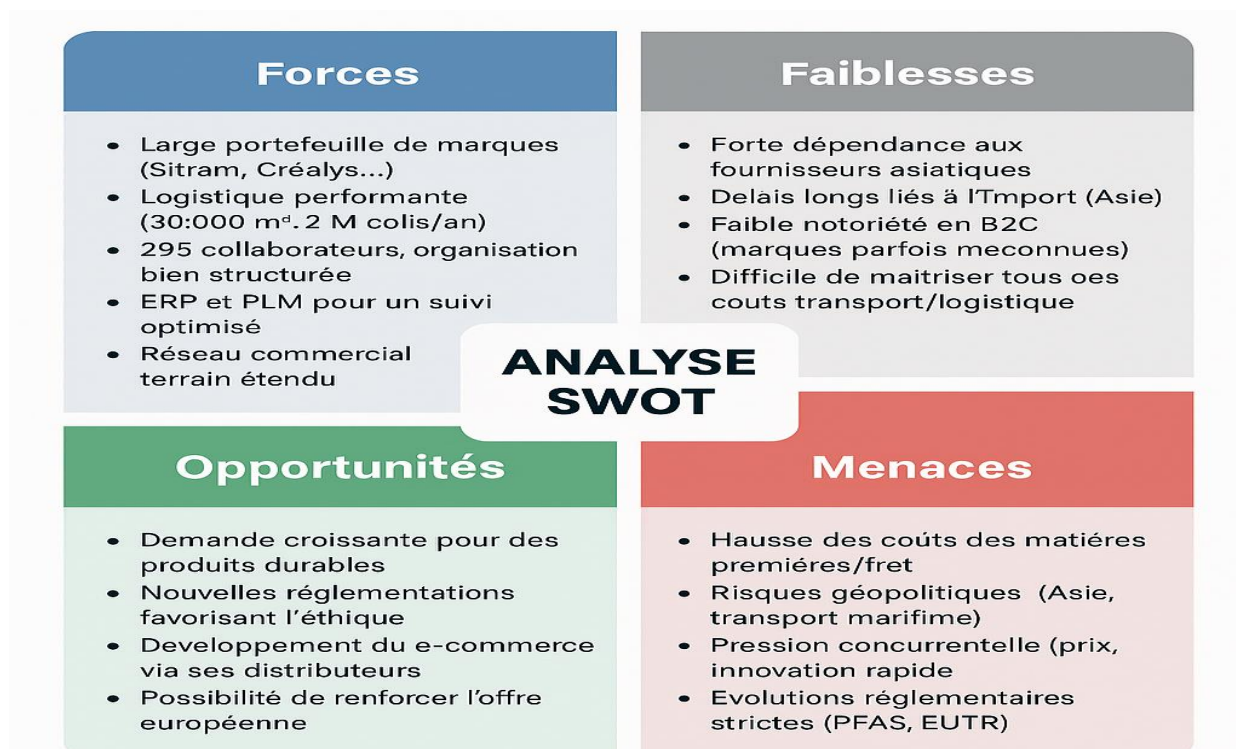
Dans un marché concurrentiel et relativement standardisé, Gers Équipement doit se distinguer à travers l'innovation produit. Cela passe par l'introduction régulière de nouveautés (environ 20 % du catalogue chaque année), issues de la veille marché ou de propositions fournisseurs.

La capacité à proposer des produits tendances, bien positionnés en prix, tout en étant conformes aux attentes en matière de design, de qualité et de durabilité, constitue un levier de différenciation fort.

De plus, répondre rapidement aux évolutions des attentes des consommateurs (matériaux durables, design innovant, conformité réglementaire) permet à l'entreprise de renforcer sa position auprès de ses clients distributeurs.

3.4. Matrice SWOT

Afin de mieux situer Gers Équipement dans son environnement concurrentiel. On peut observer les forces, et les faiblesses ainsi que les opportunités et les menaces.



Partie 2 : Analyse des missions et réflexions professionnelles

4. Problématique de départ et diagnostic

Au début de mon stage, mes missions portaient principalement sur la gestion administrative et l'organisation des données liées aux Achat Fermes, les *sample checks*, ainsi que sur l'assistance au suivi des commandes. L'objectif global était de garantir la fiabilité et la mise à jour des informations concernant les produits, les fournisseurs et les commandes dans les outils internes, tout en facilitant la communication entre les différents services impliqués.

Une méthodologie progressive a été mise en place : j'ai d'abord réalisé des tâches de création de références produits et fournisseurs, puis j'ai géré l'actualisation de fichiers partagés entre les trois pôles (cuisson, art de la table, ustensiles). Une fois ces bases acquises, j'ai intégré le pôle cuisson en tant qu'assistante acheteuse, ce qui m'a permis de mieux comprendre le fonctionnement opérationnel du service Achat Fermes.

J'ai eu l'opportunité d'intégrer l'ensemble des services de l'entreprise, ce qui m'a permis de mieux comprendre ses enjeux globaux, ainsi que le cheminement et la finalisation des commandes. J'ai ainsi pu constater que chaque service joue un rôle essentiel et que le bon déroulement des tâches dépend de la coordination entre tous. L'absence de l'un d'eux rendrait l'exécution des missions beaucoup plus complexe.

J'ai alors adopté une démarche d'observation, de questionnement et d'initiative afin de m'impliquer davantage dans le suivi des commandes, les demandes de prix et la coordination quotidienne avec les services supply chain, commercial, qualité, PAO.

5. Déroulement de la mission

5.1. Tâches réalisées :

5.1.1. Intégration dans les services

Dans le cadre des vérifications des BOM (Bill of Materials) et des échantillons produits, j'ai été amenée à collaborer avec le service qualité. Cette interaction m'a permis de comprendre l'importance des contrôles techniques et des validations internes avant le lancement d'un

produit. J'ai appris à respecter les exigences précises du service qualité et à leur transmettre les documents nécessaires pour que les produits répondent aux normes exigées.

Ensuite, les échanges avec le service supply chain ont été essentiels pour anticiper les délais de livraison et planifier les approvisionnements. En relayant les Estimated Time of Delivery (ETD) fournis par les partenaires internationaux, j'ai pu mieux comprendre le lien entre Achat Fermes, production, logistique et disponibilité des produits. Ainsi que mes échanges avec la Data, dont l'une de mes missions consistait à créer ou mettre à jour des références produits via des fichiers Excel. Ces fichiers étaient ensuite transmis au service data pour intégration dans l'ERP Navision. Grâce à ces échanges, j'ai mieux compris l'importance d'une base de données produits fiable et structurée, et l'impact qu'une erreur de saisie pouvait avoir sur les autres services de l'entreprise.

Lors de la vérification des fichiers AW (Artwork), j'ai collaboré avec le service PAO, responsable de la création des visuels d'étiquetage et de packaging. Ce travail m'a sensibilisée à la précision requise dans la communication visuelle et à l'importance de la cohérence graphique pour chaque produit. J'ai également appris à repérer les erreurs et à coordonner les corrections avec les fournisseurs.

J'ai également eu l'opportunité de découvrir le fonctionnement du dépôt logistique de Gers Équipement. Cette immersion m'a permis de visualiser concrètement les étapes de réception, de stockage et de préparation des commandes. J'ai ainsi mieux compris les contraintes liées à la gestion des flux physiques et l'importance d'une coordination efficace entre les Achat Fermes et la logistique. Voir sur le terrain l'impact de la précision des données produits ou des délais m'a aidée à prendre conscience de la responsabilité que porte chaque service dans la fluidité de la chaîne d'approvisionnement.

Mon stage m'a également amenée à échanger avec le service ADV, notamment pour vérifier certaines informations liées aux commandes clients ou aux délais. Cette collaboration m'a permis de mieux comprendre le lien entre la passation des commandes fournisseurs et la gestion des commandes clients. L'ADV joue un rôle clé pour assurer la fluidité entre l'approvisionnement et la satisfaction client, et j'ai pu constater à quel point la qualité des données d'Achat Ferme impacte directement leur travail quotidien.

Dans le cadre de certaines missions, j'ai pu interagir avec les membres du service commercial, principalement pour coordonner la mise à disposition des nouveautés produits ou pour répondre à leurs demandes spécifiques concernant des références en développement. Ces échanges m'ont permis de comprendre le rôle central du service commercial dans la valorisation de l'offre auprès des distributeurs, et l'importance d'une bonne communication entre les Achat Fermes et la vente pour garantir la cohérence entre sourcing et positionnement produit.

La collaboration avec le service marketing a été particulièrement utile lors de la validation des visuels, des packagings et du positionnement produit. En effet, certains choix graphiques ou descriptifs étaient discutés conjointement afin d'assurer une cohérence avec l'image de marque des différentes gammes. Cette expérience m'a montré comment les Achat Fermes et le marketing doivent fonctionner en synergie pour proposer des produits à la fois conformes, attractifs et bien positionnés sur le marché. De plus, j'ai pu voir en vrai comment suivre un planogramme⁷ grâce à une implantation à laquelle j'ai participé.

Même si plus ponctuelle, mon interaction avec le service comptabilité a été enrichissante, notamment lors de la création ou mise à jour des fiches fournisseurs. J'ai compris que la qualité des informations saisies dans Navision impactait aussi la gestion financière, la facturation et le suivi des paiements. Ce lien entre les Achat Fermes et la comptabilité m'a permis de mieux appréhender l'importance d'une base de données claire et fiable pour le bon fonctionnement global de l'entreprise.

5.1.2. Samples checks

L'une de mes missions principales consistait à réaliser des *sample checks* (contrôles d'échantillons) sur les produits envoyés par les fournisseurs. Cela incluait les couleurs avec l'aide du pantone⁸, la prise de mesures précises telles que la longueur, la largeur, le diamètre, le poids brut, ainsi que le poids en grammes pour les articles nécessitant une pesée avec de l'eau.

⁷ Schéma ou d'une maquette indiquant le placement des produits sur les étagères

⁸ Système permettant d'identifier les couleurs pour l'impression au moyen d'un code spécifique

En cas de problème constaté sur un échantillon, nous prenions des photos en mettant en évidence les défauts ou les erreurs sur le produit, puis nous transmettions ces éléments au fournisseur afin de l'en informer et d'engager une action corrective.



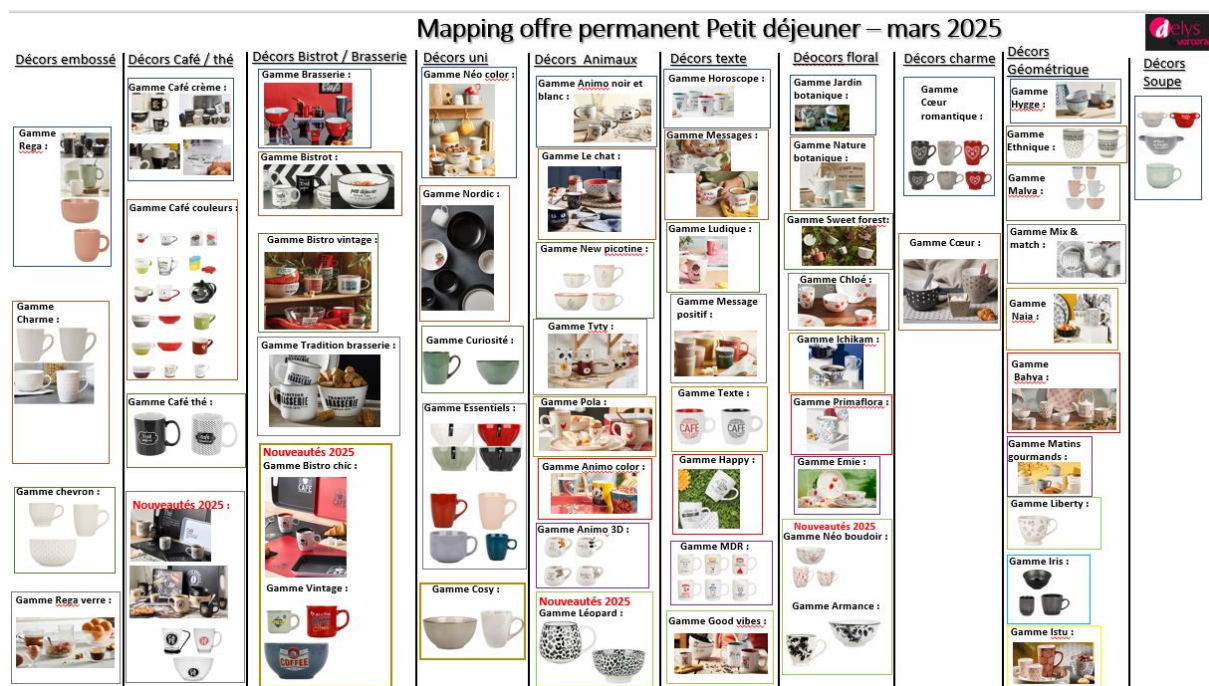
Ces vérifications avaient pour objectif d'évaluer la conformité des échantillons par rapport aux exigences de l'entreprise. Dans certains cas, lorsque le fournisseur initial proposait des tarifs trop élevés ou présentait un manque de rigueur dans la qualité de fabrication, nous sollicitons un autre fournisseur afin qu'il produise un échantillon équivalent. Cela nous permettait de comparer les deux échantillons et d'envisager un éventuel remplacement, tout en assurant une continuité de qualité pour la mise sur le marché des produits.

5.1.3. Mapping produits

Le *mapping*, ou cartographie, est une méthode utilisée pour organiser, classer et représenter de manière structurée ou visuelle un ensemble d'informations. Cette approche permet de faciliter la compréhension globale d'un sujet, d'en améliorer l'analyse et de soutenir la prise de décision stratégique.

Dans le cadre de mon stage, j'ai été chargée de réaliser un *mapping* des produits de la gamme "art de la table". Cette mission consistait à identifier et répertorier l'ensemble des articles existants, tels que les assiettes, verres, couverts, plats et autres accessoires. Chaque produit a ensuite été classé selon des critères logiques et pertinents, comme l'usage, la matière, la forme ou encore la gamme.

Ce travail de classification a permis de mieux structurer l'offre, de repérer les éventuels doublons ou les manques dans certaines catégories, et de fournir une vision claire de l'assortiment. Les données ont été organisées sous forme de tableaux, principalement via Excel, afin de les rendre facilement exploitables par le service Achat Fermes. Cette cartographie a ainsi contribué à optimiser la gestion des produits et à orienter les choix de référencement ou

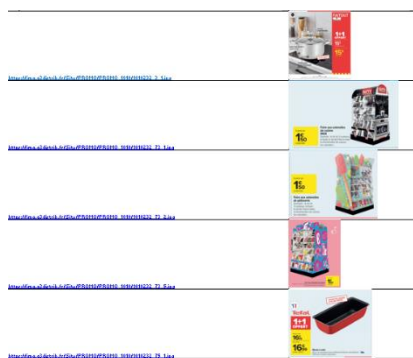


de rationalisation de l'offre.

5.1.4. Classification pour ceux qui partent en Chine

Pour la première étape je sélectionnais les liens, mais avant de les sélectionner, je filtre sur un thème par exemple « chandeleur ».

https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_4.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_5.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_36_1.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_36_3.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_36_4.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_30_1.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_30_7.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_30_8.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_30_9.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_2.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_3.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_8.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_9.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009993_31_10.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_2.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_3.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_5.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_6.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_7.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_9.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1009/1009661_17_10.jpg
https://img.a3distrib.fr/Site/PROMO/PROMO_1010/1010090_2_15.jpg



Ensuite, j'allais dans la matrice photo pour que à côté de ces liens je puisse voir la photo des produits.

J'ai réalisé un listing des produits de Gers Équipement par thème pour les salariés qui allaient partir en Chine, afin de faciliter leur recherche des produits spécifiques. En regroupant les articles par catégorie, cela leur permet de localiser plus rapidement ce qu'ils recherchent en fonction de leurs besoins. De plus, en ajoutant des photos pour chaque produit, ils ont une vue directe et claire de ce qu'ils doivent identifier, ce qui rend la tâche encore plus intuitive et efficace. Cette organisation vise à optimiser leur expérience sur le terrain en réduisant le temps consacré à la recherche et en améliorant leur productivité.

5.1.5. Création de références

L'une de mes missions principales au sein du service Achat Fermes a été la création de références produits. Ce processus est essentiel pour assurer l'intégration correcte de nouveaux articles dans le système informatique de l'entreprise, afin de les rendre disponibles à l'Achat Ferme, à la gestion de stock et à la vente.

La création de références commence généralement par la réception d'un fichier Excel appelé RFQ (*Request For Quotation*), transmis par le fournisseur. Ce document contient toutes les informations nécessaires sur les produits : désignation, dimensions, matériaux, couleurs, prix, conditions de livraison, etc. À partir de ce fichier, j'utilisais un logiciel dédié à la création

PICTURE	GERS ITEM NUMBER	ENGLISH DESCRIPTION COM ET HA	FRENCH DESCRIPTION com ha	PRODUCT COLOR / design	MATERIAL & QUALITY (EX: SS 18/0 PORCELAIN AB GRADE)	THICKNESS	CAPACITY	HEIGHT PRODUCT	LENGTH PRODUCT	WIDTH PRODUCT	WEIGHT PRODUCT	PACKAGING TYPE	QTY PER CARTON	QTY PER INNER BOX	MOQ	OFFER VALIDITY (DATE)	COMMENTS
		porcelain dish	Repose sachet porcelaine blanc Logo palais des thés	All white Porcelain without design	stoneware AB grade	3mm	/	3	13.5	13.5	130	Sticker	48	6	2000	06/03/2025	
			Repose sachet reactive glaze vert Logo palais des thés	reactive glaze in green	stoneware AB grade	3mm	/						48				
		porcelain dish	Repose sachet porcelaine blanc Logo palais des thés	All white Porcelain without design	stoneware AB grade	3mm	/	3.1	11	11	130	Sticker	48	6	2000	06/03/2025	
			Repose sachet reactive glaze vert Logo palais des thés	reactive glaze in green	stoneware AB grade	3mm	/						48				
		porcelain dish	Repose sachet porcelaine blanc Logo palais des thés	All white Porcelain without design	stoneware AB grade	3mm	/	2	10	10	130	Sticker	48	6	2000	06/03/2025	
			Repose sachet reactive glaze vert Logo palais des thés	reactive glaze in green	stoneware AB grade	3mm	/						48				

de références, qui permettait de transférer automatiquement les données du RFQ dans un second fichier Excel structuré, appelé la matrice.

Voici un exemple de RFQ.

CARGO Paramétrage de l'import de données (ex : RFQ)				
Classeur				Nb col.
Onglet				0
Entêtes				Nb KO
1ère ligne				21
	Choisir fichier	Importer		
Libellé de la colonne (matrice)	Libellé de la colonne (import)	N	e	colon
Code catégorie qualité		0		
FSC article qualification		0		
FSC article classification		0		
FSC emballage qualification		0		
FSC emballage classification		0		
Qté min. commande (achat)		0		
Qté min. commande (vente)		0		
Commandé par (vente)		0		
Délai de réappro.		0		
Code regroupement achat		0		
Coût d'achat (coût unitaire direct)		0		
DPRT		0		
Devise		0		
Prix unitaire		0		
Prix public DS		0		
>>> Contenance (litre)	CAPACITY EX: 8 L, 20 CL...	0		KO
Afficher prix au litre/kg		0		
Prix de vente		0		
Groupe prix client		0		
Prix TTC		0		
>>> Colisage	QTY PER CARTON	0		KO
>>> Sous-colisage	QTY PER INNER BOX	0		KO
>>> Poids net (kg)	PRODUCT WEIGHT (IN KG)	0		KO
>>> Poids brut (kg)	PRODUCT WEIGHT WITH PACKAGING	0		KO
>>> Poids brut colis (kg)	GW	0		KO
>>> Volume unitaire (cm³)		0		
>>> Volume unitaire colis (m³)	CBM	0		KO
>>> Largeur emballée (cm)	WIDTH 2	0		KO
>>> Hauteur emballée (cm)	HEIGHT 2	0		KO
>>> Profondeur emballée (cm)	LENGTH	0		KO
>>> Largeur déballée (cm)	WIDTH	0		KO
>>> Hauteur déballée (cm)	HEIGHT (WITH LID IF CONCERNED)	0		KO
>>> Profondeur déballée (cm)	LENGTH (total L & L for blade)	0		KO
>>> Largeur ss-colis (cm)		0		
>>> Hauteur ss-colis (cm)		0		
>>> Profondeur ss-colis (cm)		0		
>>> Largeur colis (cm)	CARTON WIDTH	0		KO
>>> Hauteur colis (cm)	CARTON HEIGHT	0		KO
>>> Profondeur colis (cm)	CARTON LENGTH	0		KO
Nbre colis/couche		0		
Nbre couches/palette		0		
Mention d'alerte		0		
NOTICE	MATRICE	ATTRIBUTS SOCIETE	IMPORT	ITEMS
				ARTICLES_NAV

Voici la matrice.

Une fois la matrice complétée et vérifiée, celle-ci était transmise à l'équipe data. Leur rôle consistait à intégrer toutes les informations présentes dans la matrice dans l'ERP (progiciel de gestion intégré) de l'entreprise, en l'occurrence Navision. Cette étape rend officiellement les produits disponibles dans le système pour les étapes suivantes : passation de commande, gestion logistique, tarification, etc.

5.1.6. Création fournisseurs :

La création des fiches fournisseurs et des usines dans le logiciel Navision est une étape essentielle pour centraliser et gérer toutes les informations relatives aux partenaires commerciaux de l'entreprise. Le fournisseur envoie le « Factory profil »⁹ pour pouvoir remplir les données sur navision. Cela permet de faciliter la gestion des commandes en associant chaque produit au fournisseur ou à l'usine correspondante. Ce suivi précis améliore la traçabilité des produits, en identifiant clairement leur origine, et optimise la communication entre les différents services internes tels que les Achat Fermes, la logistique, la finance et la qualité.

De plus, la mise à jour régulière de ces données garantit la conformité administrative et assure un fonctionnement fluide et structuré de la chaîne d'approvisionnement.

The screenshot shows a Jira ticket interface. At the top, the title is 'création code de regroupement usine 25252'. Below the title, there are tabs for 'Ajouter un commentaire', 'Log work as user', 'Plus', and 'Nouveau'. The ticket is categorized under 'Support Informatique' with ID 'INF-210177'. The 'Informations' section shows 'Type: Organisation', 'Priorité: Normale', and 'Étiquettes: CALLCENTER'. The 'Personnes' section shows 'Responsable: Non attribuée', 'Rapporteur: Kadrie SHALA.EXT', and 'Participants: Kadrie SHALA.EXT'. The 'Dates' section shows 'Création: 26/mars/25 9:45 AM' and 'Mise à jour: 26/mars/25 9:45 AM'. The 'Description' section contains the text: 'Bonjour, Pouvez-vous créer le code de regroupement pour cette usine 25252 svp. Fournisseur NINGBO HOME SOLUTION 20793 Merci beaucoup'.

Exemple de demande de ticket jira pour avoir un code regroupement.

⁹ Fiche descriptive qui présente les principales informations d'une usine, telles que sa localisation, numéro de téléphone, identité de la personne à qui je vais m'adresser.

5.1.7. Demande de prix

Avant de lancer une commande, je réalisais une demande de prix sur le logiciel Navision,



qui contenait toutes les informations relatives aux articles concernés : références, désignation des produits, quantités, etc. Cette étape permettait d'obtenir une estimation précise des coûts et de m'assurer que les conditions d'Achat Ferme étaient conformes à ce qui avait été négocié.

En parallèle, il était nécessaire de demander au fournisseur l'ETD (*Estimated Time of Delivery*), c'est-à-dire la date estimée d'expédition, afin

Général		Facturation		Livraison		International	
N°	GE2COP00189	Date commande	18/04/25	N° preneur d'ordre	02300	Date document	18/04/25
N° contact preneur d'ordre	02300	N° commande fournisseur		Nom du preneur d'ordre	KOORMAN INTERNATIONAL B.V.	N° B.L. fournisseur	
Adresse preneur d'ordre	DISTELWEG 88	Code acheteur	A041	Adresse preneur d'ordre		Code fournisseur	AP011
CP/Ville preneur d'ordre	1031 BS AMSTERDAM	Code resp. commande	KS03.EXT	Contact preneur d'ordre	Matthieu Dens	Date création	18/04/25
Code motif		Statut	Ouvvert	Lancement (libre date)		Réouverture	
Type commande achat	NOUVEAUTE...	Nbre versions archivées	1	Statut synchro PLM / v...	OK		1

Type commande	T... achat	N°	Désignation	Code vie article	Code motif	Marque	Code emballage	Code unité achat	Quantité	Coût unitaire direct HT	%	Code devise remis...	Montant ligne HT (usine)	N° fin	Nom fournisseur (usine)	Date expédition (ETD)	Date de rangement	Don. commentaire
A...	NOUVEAUTE...	546604	1/2 PAL GOB H VERR 35CL DP567	NEG		DELYS-B...	ETIQ. AUTOCOLLANTE	1134-0	11 340	0.45			5 103.00				22/04/25	

de planifier au mieux la logistique. Une fois toutes les informations validées — prix, délais, quantités — la commande était ensuite transmise via la plateforme PLM (*Product Life Management*), qui permettait de suivre le cycle de vie du produit, depuis la demande jusqu'à la mise sur le marché. Voici un exemple de demande de prix que j'ai effectué sur Navision.

5.1.8. MAJ données article

Une autre de mes missions consistait à effectuer la mise à jour de données pour certaines références produits dont les informations initiales n'avaient pas été correctement renseignées lors de leur création. Il arrivait en effet que certaines fiches produits dans le système Navision présentent des données manquantes, inexactes ou mal formatées, ce qui pouvait entraîner des erreurs lors du traitement des commandes ou du suivi logistique.

Exemple de mise à jour d'article.

Cette mise à jour rigoureuse permettait de garantir la fiabilité des données produits, essentielle pour le bon fonctionnement des processus Achat Fermes, logistiques et commerciaux.

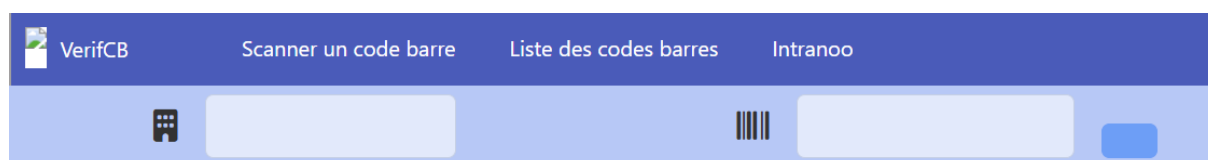
5.1.10. Vérification AW



Une autre mission importante que j'ai réalisée durant mon stage concernait la vérification des **AW** (*Artwork*), c'est-à-dire les fichiers graphiques destinés à l'étiquetage ou au packaging des produits.

Au début de mon stage, j'étais en charge de la vérification des AW liés à la gamme art de la table, principalement des stickers (étiquettes autocollantes). Ces stickers devaient comporter plusieurs éléments obligatoires : le code-barres, le numéro de référence, le numéro de commande, ainsi que les pictogrammes qualité correspondant aux caractéristiques du produit (compatibilité lave-vaisselle, contact alimentaire, etc.).

La vérification se faisait en plusieurs étapes. Dans un premier temps, la PAO (*Production Assistée par Ordinateur*) réalisait les fichiers graphiques. Une fois les AW finalisés, je procédais à une première vérification pour m'assurer que toutes les informations étaient exactes et conformes aux standards de l'entreprise. Si les fichiers étaient corrects, je demandais leur mise en ligne sur le serveur partagé, afin que les fournisseurs puissent les récupérer et y ajouter le numéro de commande correspondant. Ensuite, le fournisseur me renvoyait les AW complétés, que je vérifiais une seconde fois. Une fois validés, je les intégrais dans le logiciel PLM (*Product Lifecycle Management*), et si nécessaire, je lançais une demande d'échantillon de production (*mass production sample*), notamment si des échantillons manquaient ou si une dernière validation visuelle était requise.



Avec VerifCB je peux vérifier les codes-barres, les désignations et les mesures.

Par la suite, j'ai été affectée au pôle cuisson, où les AW à vérifier concernaient des produits plus complexes comme les ustensiles de cuisson. Ceux-ci comportaient différents éléments de packaging tels que des fourreaux (appelés *color sleeves* en anglais), des stickers, et des conseils et notices d'utilisation. Le processus de vérification était similaire à celui de l'art de la table,

mais avec davantage de contraintes : les textes devaient apparaître en plusieurs langues, dont le français, et respecter les normes internationales.



Pour certaines gammes spécifiques, comme Sitram, il était également nécessaire de valoriser le produit visuellement. Cela passait par l'ajout de photos de haute qualité sur les fourreaux, ainsi que le respect des chartes graphiques propres à chaque collection (codes couleur, logos, polices, etc.). L'objectif était de garantir une cohérence visuelle sur le point de vente tout en transmettant les informations essentielles au consommateur.

Voici un exemple de fourreau pour une poêle.

5.1.11. Communication avec les fournisseurs

Une autre de mes missions principales consistait à communiquer directement avec les fournisseurs, notamment pour effectuer des relances et assurer le suivi de certains documents essentiels au bon déroulement du processus d'Achat Ferme.

Gers <i>équipement</i>						
Bill of Material						
Supplier name & address	to fill					
Supplier Contact	Name	Email		Tel & Mobile		
	to fill	to fill		to fill		
Factory name&address	to fill					
Item No	REF			Supplier Item No / Ref fournisseur		
Désignation	DESIGNATION			picture to fill		
Product Weight (g) NET	to fill					
Different components of the item:	MATERIAL	Weight (G)	Percentage of the material in the total weight			MATERIAL IN CONTACT WITH FOOD : YES/NO
	to fill	to fill	to fill			to fill
	to fill	to fill	to fill	to fill		
	to fill	to fill	to fill	to fill		
SUPPLIER'S STAMP						

Je devais notamment relancer les fournisseurs pour obtenir les **BOMs** (*Bill of Materials*), des documents techniques indispensables qui détaillent la composition du produit. Le BOM permet de s'assurer que le produit peut être lancé en production, qu'il est conforme aux exigences techniques, et qu'il provient

bien du fournisseur validé. Dès réception des BOMs, je procédais à une première vérification, puis je les déposais sur le logiciel PLM pour que le service qualité puisse à son tour les examiner et les valider.

Une fois cette étape effectuée, je relançais les fournisseurs pour obtenir les AW (*Artwork*) mis à jour, incluant cette fois le numéro de commande, afin de finaliser le processus de préparation produit.

Par ailleurs, dans le cadre des demandes de prix, je devais également contacter les fournisseurs pour obtenir leur **ETD** (*Estimated Time of Delivery*), c'est-à-dire la date estimée d'expédition. Cette information était cruciale pour anticiper les délais de production et de livraison, et permettre une meilleure planification logistique en interne.

5.1.12. Implantation

Au cours de mon stage, j'ai eu l'opportunité de participer à une implantation en point de vente, plus précisément dans un Carrefour Market. Cette expérience a été particulièrement enrichissante, car elle m'a permis de visualiser concrètement le prolongement du travail réalisé en amont au service Achat Fermes.

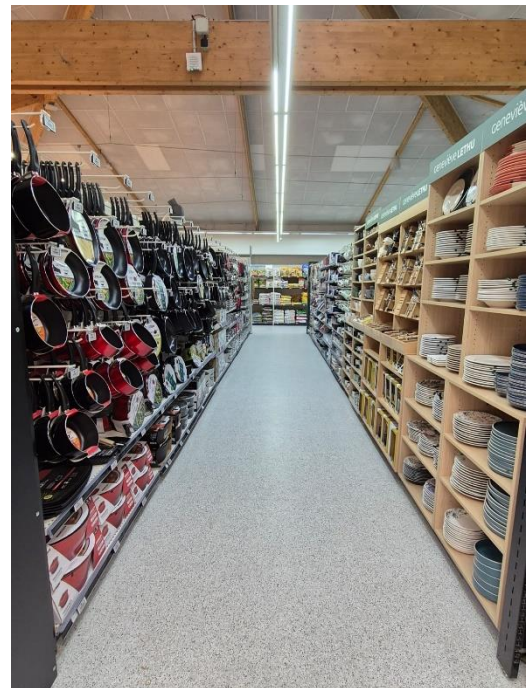
J'ai ainsi pu observer l'acheminement des produits que nous voyons quotidiennement en showroom ou dans les outils informatiques. Voir les articles que nous commandons réellement

installés en rayon m'a permis de mieux comprendre l'impact des choix d'Achat Ferme sur la présentation en magasin et sur l'expérience client.

Lors de cette implantation, nous devions respecter des squelettes et des planogrammes fournis par le service marketing. Ces documents guidaient précisément la disposition des produits, leur agencement sur les linéaires, et la cohérence visuelle attendue. Le respect de ces consignes était essentiel pour assurer une implantation homogène, efficace et adaptée à la stratégie commerciale de l'enseigne.

Cette mission m'a permis de mieux comprendre le lien direct entre les fonctions Achat Fermes, marketing et merchandising. Elle a renforcé ma vision globale du parcours produit, depuis la négociation fournisseur jusqu'à la mise en rayon, et m'a sensibilisée à l'importance de chaque détail dans la chaîne de valeur.

On peut voir les meubles Geneviève Lethu avec ses produits, au fond ce sont les ustensiles de cuisine.



Sur cette deuxième photo on peut voir l'ensemble des produits. (Sitram,, Créalys, Geneviève Lethu, Equinox)

6. Difficultés rencontrées

Au cours de mon stage, j'ai rencontré plusieurs difficultés, principalement liées à la rigueur exigée dans la vérification des documents et à la complexité des outils utilisés.

L'un des premiers défis a été de prendre conscience de l'importance des détails lors de la validation des **BOM** (*Bill of Materials*) et des **AW** (*Artwork*). En effet, il arrivait que certaines validations soient effectuées un peu rapidement, ce qui pouvait entraîner des erreurs ou des oublis non détectés. Ces erreurs pouvaient faire perdre du temps par la suite, car il fallait alors corriger les documents et parfois reprendre une partie du processus. Cela m'a appris à être particulièrement vigilante et minutieuse, même sur des points qui paraissaient secondaires.

Une autre difficulté a été de comprendre le fonctionnement des outils PLM et Navision, ainsi que leur complémentarité. Ces deux logiciels sont étroitement liés : l'un gère le cycle de vie produit, l'autre la gestion commerciale et logistique. Il m'a fallu du temps pour bien saisir comment les données circulaient de l'un à l'autre, et à quel moment utiliser chaque outil dans le processus.

Enfin, au début de mon stage, j'ai dû beaucoup échanger avec les autres services (qualité, data, Achat Fermes, logistique) pour comprendre leurs rôles respectifs sur le PLM. Il n'était pas toujours évident de savoir pourquoi certaines étapes restaient bloquées ou qui devait les valider. Cette collaboration m'a permis de mieux comprendre la chaîne de validation interne et l'importance d'une bonne coordination interservices.

7. Résultats et enseignements

Au cours de mon stage, j'ai pu constater que le service Achat Fermes de Gers Équipement fonctionne de manière très structurée, avec des outils puissants comme Navision et le PLM, mais que la complexité de ces outils peut rendre le travail difficile à suivre lorsqu'on ne connaît pas encore leur fonctionnement.

Grâce à l'accompagnement de mon équipe et à ma propre implication, j'ai progressivement acquis une autonomie dans l'exécution des tâches et une meilleure compréhension des

processus transverses de l'entreprise. Cela m'a permis de gagner en rigueur, en organisation, et de développer mon sens du détail, notamment lors des vérifications de documents.

Cette expérience m'a également fait prendre conscience de l'importance de la communication interservices. La coordination entre les pôles (cuisson, art de la table, ustensiles), mais aussi avec les services qualité, data, PAO, supply chain, est essentielle pour assurer la fluidité des opérations. J'ai compris que chaque tâche s'inscrit dans une chaîne plus large, et qu'un dysfonctionnement ou un retard dans un maillon peut avoir des répercussions importantes sur l'ensemble du processus.

Enfin, ce stage m'a permis de développer des compétences techniques (Excel, Navision, PLM), une meilleure compréhension du fonctionnement d'un service Achat Fermes en environnement international, ainsi qu'une plus grande aisance dans la communication professionnelle, notamment en anglais avec les fournisseurs.

8. Préconisations et perspectives

Au terme de mon stage, j'ai pu identifier plusieurs axes d'amélioration qui pourraient contribuer à optimiser le fonctionnement du service Achat Fermes chez Gers Équipement

Tout d'abord, la création d'un guide de formation simplifié à l'usage du logiciel PLM pour les nouveaux arrivants serait utile. Ce document pourrait reprendre les principales fonctionnalités du logiciel, les étapes de validation, les responsabilités de chaque service, ainsi que des conseils pour éviter les erreurs courantes. Cela permettrait de faciliter la prise en main de l'outil et de réduire le temps d'adaptation.

Ensuite, la mise en place d'une check-list standardisée pour la validation des fichiers Artwork et des BOM (Bill of Materials) représenterait un véritable gain de rigueur. Cette check-list permettrait aux acheteuses et assistantes de s'assurer que tous les éléments nécessaires sont bien présents avant validation. Elle limiterait les oublis et les incohérences dans le traitement des documents.

Ces propositions ont pour objectif d'optimiser la qualité des processus, de renforcer la collaboration entre les services et d'améliorer la fiabilité des données tout au long du cycle d'Achat Ferme)

Conclusion

Ce stage au sein du service Achat Fermes de Gers Équipement m'a permis de comprendre concrètement les enjeux liés à la gestion des Achat Fermes dans un contexte fortement internationalisé. La problématique posée en début de mémoire — comment optimiser les processus internes pour garantir la qualité, la traçabilité et la réactivité — a été au cœur de mon expérience.

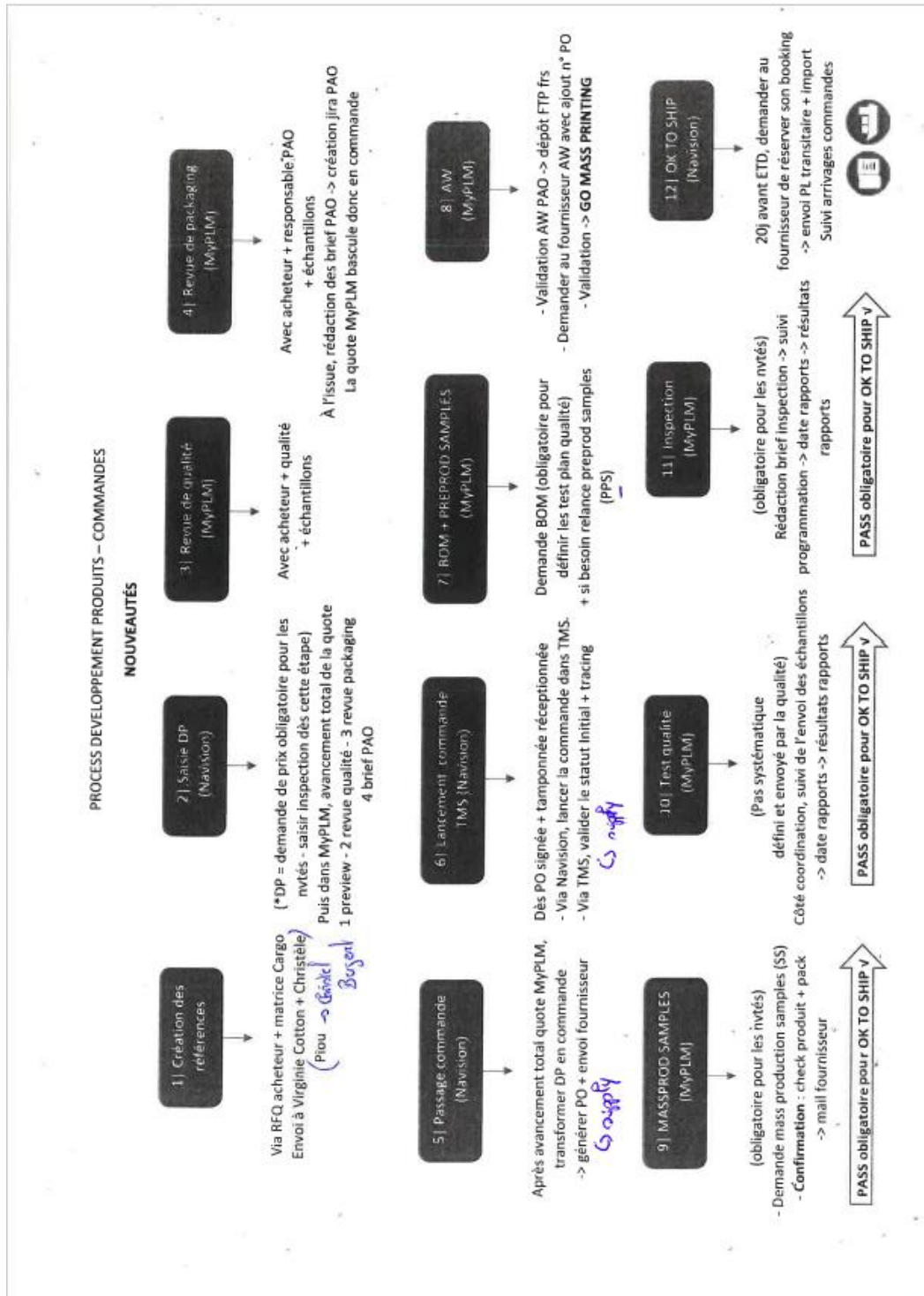
Dans un environnement où la majorité des fournisseurs sont situés en Chine, la dépendance internationale génère des contraintes importantes en termes de délais, de conformité produit et de coordination. J'ai pu observer que, pour faire face à ces défis, Gers Équipement s'appuie sur une organisation rigoureuse, une traçabilité renforcée par des outils comme PLM et Navision, ainsi qu'une vigilance constante dans la validation des documents (AW, BOM, échantillons). Chaque étape du processus d'Achat Ferme est pensée pour réduire les risques d'erreurs, garantir la conformité des produits, et répondre aux exigences des clients et des réglementations.

Cependant, certaines limites existent encore : une utilisation complexe des outils numériques, un manque de formalisation de certaines étapes de validation, et des temps de coordination parfois ralentis. C'est pourquoi j'ai proposé des pistes d'amélioration concrètes comme la mise en place d'un guide d'utilisation du PLM et d'une check-list standardisée pour les validations critiques.

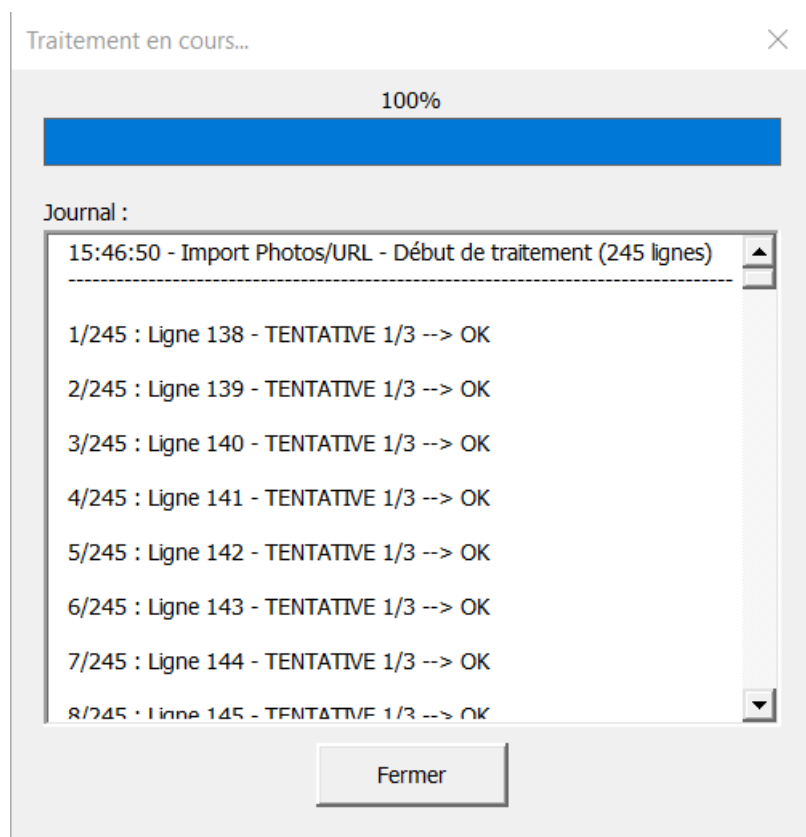
Ce stage m'a permis de développer des compétences clés en gestion des Achat Fermes, mais aussi d'acquérir une vision plus stratégique de cette fonction. J'ai pris conscience que l'optimisation des processus ne repose pas uniquement sur des outils performants, mais aussi sur une communication fluide entre les services et une rigueur dans l'exécution de chaque tâche. Cette expérience renforce mon intérêt pour les métiers des Achat Fermes dans un contexte international, et constitue une étape essentielle dans mon parcours professionnel.

Annexe :

- Etapes lors d'une commande pour les nouveautés. Ce qu'il faut faire de A à Z, cet-à-dire de la création de références jusqu'au transport de marchandise.



- Logiciel excel photo : prend les photos des liens et les insèrent sur le excel. (cf page 21,22)



1. Veuillez coller une liste d'URL pour photos dans une colonne de la feuille "Listing".

2. Veuillez ensuite sélectionner cette liste de cellules dans la feuille "Listing" et cliquer sur le bouton ci-contre :

Importer les photos

3. Après import, si des erreurs à corriger ont été signalées, veuillez cliquer sur le bouton ci-contre :

Corriger les erreurs d'import

Factory profil : (cf, page 28)

Trading Company - 外贸公司			
Company Name 公司名称		Province - 省份	
Gather code (filled by customer)		City - 城市	

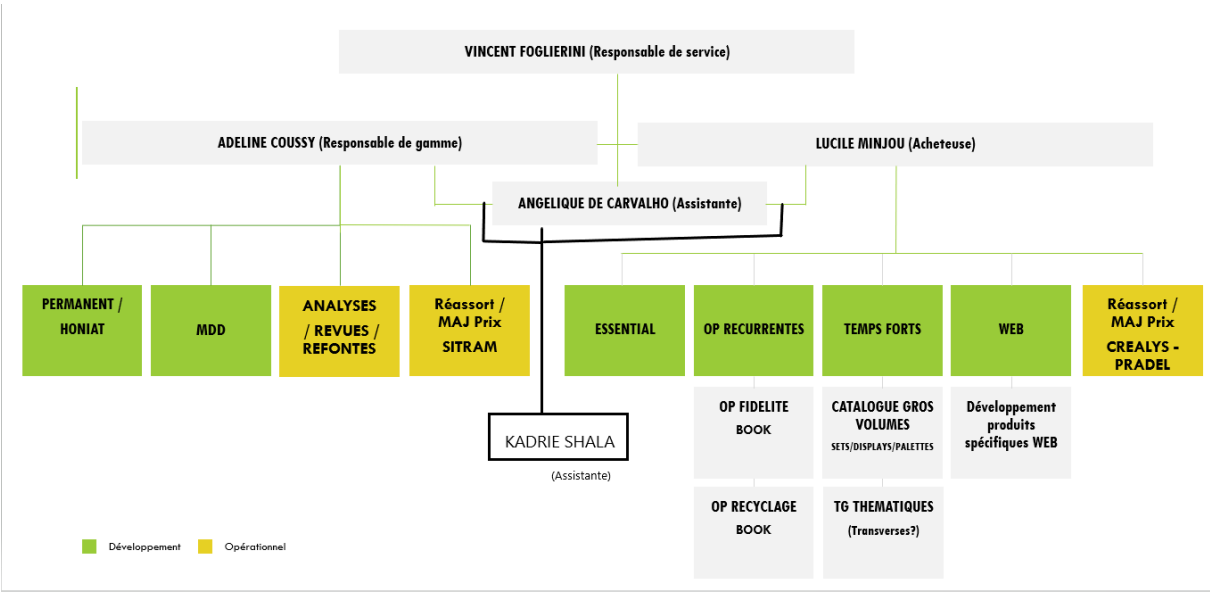
Factory Contact details - 工厂联系详情			
Factory name 工厂名称		Contact person / position	
Full adress 详细地址		Contact person / position	
Province - 省份		Phone Number - 电话	
City - 城市		VAT Number - 增值税号	
District - 区		Business Licence 营业执照	
Zip Code - 邮编			

Factory Activity details - 工厂运营情况			
Turnover in USD - 产值 (美金)			
Y-1		Year established 建立年份	
Y-2		Collaboration with us since	
Y-3		Factory size (m²) 工厂面积 (m²)	
Main Products 主要产品		Main Customers 主要客户	
Top 3 markets 前三大市场		Show room yes/no 有无样品间	
Usual port of shipment 通常出省港口			

Quality and Social Accreditation - 质量以及社会责任验厂			
Technical	☐ ISO9001	☐ Other	Please attach certificate for each accreditation listed. 请附上以上所选的认证 证书
Social	☒ BSCI ☐ ICS ☐ ICTI ☐ SEDEX ☐ SA8000	☐ Other	
Environmental	☐ ISO14001	☐ Other	
Other labels	☐ FSC ☐ PEFC ☐ GRS	☐ Other	
If factory is BSCI	BSCI contact name AMFORI ID	Last BSCI audit report number	

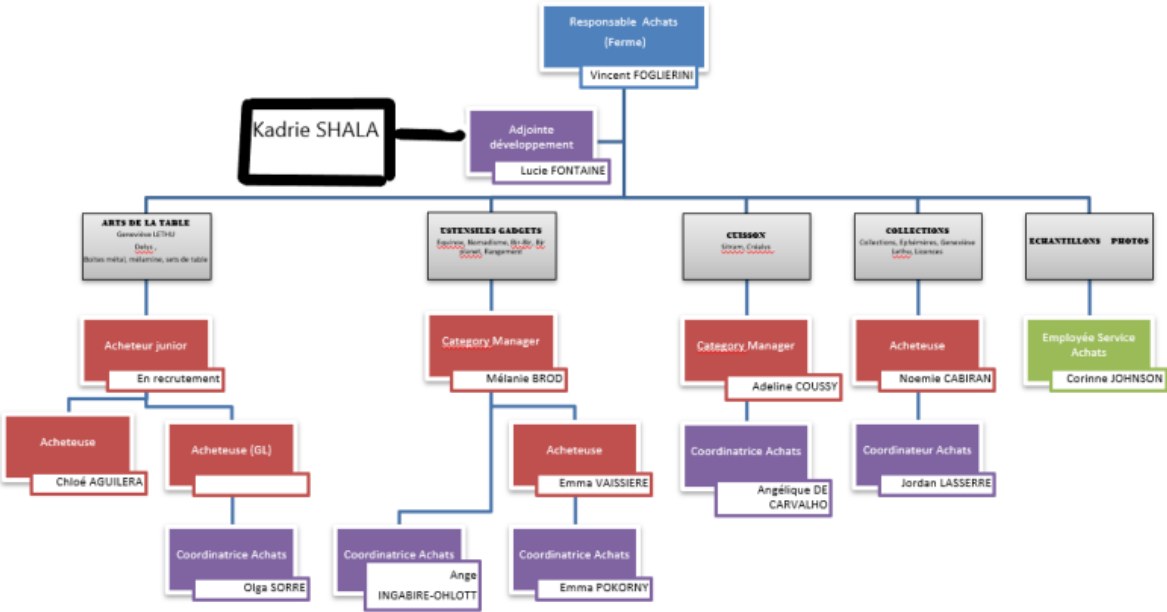
Production - 生产					
	Product range 1	Product range 2	Product range 3	Product range 4	Product range 5
Product type - 生产类型					
Since - 起始日期					

Organigramme de quand je suis passée au pôle cuisson. (cf page 10)



Organigramme durant mon début de stage, je recevais des missions de tous les pôles y compris du chef de service et de l'adjointe développement. (cf page 10)

ACHATS FERME



Des photos de sample check avec des déffauts. (Titre 5.1.2, page 21)



Bibliographie :

AQI Service. (n.d.). Product inspection services in China – PSI (Pre-Shipment Inspection). <https://aqiservice.com/product-inspection-services-in-china/psi-pre-shipment-inspection/>

ATIBT. (n.d.). Règlement (UE) n°995/2010 – Règlement bois (EUTR). <https://www.atibt.org/fr/ressources/eutr>

ClientEarth. (2023). La France interdit les PFAS à partir de 2026 : une première mondiale. <https://www.clientearth.org/fr/communiqués-presse/la-france-interdit-les-pfas-a-partir-de-2026-une-premiere-mondiale/>

Data.gouv.fr. (n.d.). Fiche entreprise – Gers Équipement (434129938). <https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/entreprise/gers-equipement-434129938>

De La Rue. (n.d.). What are the benefits of supply chain traceability? <https://www.delarue.com/articles/what-are-the-benefits-of-supply-chain-traceability>

FSC France. (n.d.). Présentation de l'entreprise. <https://fr.fsc.org/fr-fr>

Gers CCI. (n.d.). Annuaire des entreprises – SAS Gers Équipement. <https://www.gers.cci.fr/annuaire/sas-gers-equipement.html>

Gers Équipement. (n.d.). Gers s'engage – RSE, environnement, qualité. <https://www.gers-equipement.fr/gers-sengage-rse>

Gers Équipement. (n.d.). Nos univers – Gammes de produits. <https://www.gers-equipement.fr/nos-univers>

Gers Équipement. (n.d.). Page d'accueil. <https://www.gers-equipement.fr>

LinkedIn. (n.d.). Gers Équipement – Page officielle.
<https://www.linkedin.com/company/gers-equipement-officiel>

OneSilq. (2023, septembre 26). Pre-shipment inspection in China: What it covers & why it matters. <https://www.onesilq.com/blog/pre-shipment-inspection-in-china-what-it-covers-why-it-matters>

TÜV SÜD. (2024). La France adopte une loi contre les PFAS.
<https://www.tuvsud.com/fr-fr/actualites/loi-pfas-france-2024>

Wikipédia. (n.d.). Acide perfluorooctanoïque (PFOA).
https://fr.wikipedia.org/wiki/Acide_perfluorooctano%C3%AFque