



Un cours scénario 1 Elèves

Option découverte professionnelle 3 heures



Séance 2 Faire du commerce interentreprises

Objectif : Comprendre l'utilité du commerce interentreprises en montrant les principaux services qu'il rend.

Prérequis : Compréhension des notions de chaîne d'approvisionnement et de commerce interentreprises.

Matériel : Les deux affiches "carte du CIE*" et "circuit du CIE" en A2 + A4 pour chaque élève.

*CIE : commerce interentreprises

Approvisionner en quantité dans les meilleures conditions

► **Question à se poser pour comprendre :**

Le consommateur achète-t-il son alimentation au jour le jour ou la commande-t-il à l'avance ?

Est-il pour autant d'accord de payer plus cher et de renoncer à la qualité ?

Un petit épicier, un quincaillier, un papetier, un commerçant en fruits et légumes, un vendeur en matériel informatique qui vendent de nombreux produits différents, comment font-ils ? Ils s'adressent à des grossistes.

Que gagnent-ils ? Qu'économisent-ils en ne s'adressant pas directement aux producteurs de chacun des articles vendus ?

► **A partir des réponses :**

Expliquer l'intérêt et la commodité pour les commerçants et entreprises :

- D'être approvisionnés très rapidement en quantité voulue, avec la même exigence de qualité.
- De disposer d'une grande variété de produits.
- De bénéficier d'un bon rapport qualité prix grâce au choix préalable du grossiste.

C'est une spécialité de prospector de nombreux fournisseurs en France et à l'étranger pour trouver des produits moins chers et plus performants et les proposer aux commerçants, artisans, entreprises et collectivités.

Notions définies dans le glossaire

- Grossiste
- Zone d'approvisionnement
- Rapport qualité-prix

Faire bénéficier l'entreprise acheteuse de son expertise

► **Question à se poser pour comprendre :**

Une entreprise du bâtiment, mais aussi un commerçant en matériel informatique et multimédia, peuvent-ils prendre le temps d'étudier en permanence les innombrables nouveautés proposées par de multiples entreprises ? Ils s'adressent alors souvent à des intermédiaires spécialisés qui leur présentent les nouveautés et les conseillent sur leurs choix.

► **A partir des réponses :**

Expliquer l'intérêt pour une entreprise de bénéficier de l'expertise produits du grossiste, qui peut l'informer et le conseiller sur ses choix.

Expliquer l'intérêt de toujours chercher des producteurs aux meilleurs produits et au meilleur prix où qu'ils se trouvent.

- Prospection
- Société de commerce international



Gérer la circulation des marchandises

► Questions à se poser pour comprendre :

Une entreprise qui achète des poissons frais à Marseille et qui les livre au marché de Rungis, que doit-elle savoir faire ?

Prendre d'autres exemples de produits sur la carte du commerce interentreprises.

► A partir des réponses :

Regardez les notions de conditionnement, stockage, manutention, logistique, chaîne du froid. Le commerce interentreprises met en relation des entreprises parfois très éloignées, en assurant les opérations de conditionnement, transport, stockage, distribution nécessaires. C'est une responsabilité lourde pour les produits alimentaires avec des précautions sanitaires et le respect de la « chaîne du froid » pour les produits congelés et surgelés. S'y ajoutent à l'international des formalités de douane, le paiement de taxes.

Notions définies dans le glossaire

- Conditionnement
- Stockage
- Manutention
- Logistique
- Chaîne du froid

Les apports du commerce interentreprises

► Questions à se poser pour comprendre :

Au total, quels sont les différents avantages de s'adresser au commerce interentreprises plutôt que de s'approvisionner entièrement soi-même ?

Mais quel est le coût de ces services ?

Et finalement pourquoi la clientèle du commerce interentreprises accepte de payer ce coût ?

► A partir des réponses :

Regarder les notions d'offre, demande, chiffre d'affaires, part de marché, zone de clientèle, économie d'échelle, commercialisation, valeur ajoutée, prix au producteur, prix de gros, prix de détail, marge commerciale, rentabilité. Réfléchir au service apporté à la clientèle sous différentes formes (information, conseil, service après-vente) et sur le rapport qualité prix que permet l'expertise du commerce interentreprises.

Examiner la marge commerciale entre le prix producteur et le prix de gros, lui-même supérieur au prix au détail. Les commerçants et entreprises clientes sont prêtes à la payer quand elles estiment que cela leur coûterait plus cher de d'effectuer elles-mêmes toutes ces opérations commerciales, logistiques, techniques, administratives. Le commerce interentreprises est économiquement viable quand la marge commerciale permet aux entreprises du commerce interentreprises d'être rentables.

- Offre
- Demande
- Chiffre d'affaires
- Part de marché
- Zone de chalandise
- Economie d'échelle
- Commercialisation

- Valeur ajoutée
- Prix au producteur
- Prix de gros
- Prix de détail
- Marge commerciale
- Rentabilité