

**TITRE**

**GESTION DE LA DRP ET  
DE LA BASE DE DONNEES  
ACHATS MARKETING**

	Emetteur :	Vérificateur :	Approbateur :
Fonction	Responsable Administrative Direction de l'offre	Responsable Qualité Produits	Directeur de l'offre
Nom	S. BRANCIARD	B. DHAINAUT	S. LEVY
Visa			

L'exemplaire comportant les « visas » est détenu par le service Risk Management.

NATURE DE LA DERNIERE MODIFICATION		
Version	Date	OBJET DE LA MODIFICATION
01	09.03.2010	Création de la procédure

**DIFFUSION**

Le document en version papier ne fait pas l'objet d'une mise à jour. La version en vigueur est accessible dans la base documentaire « intranet ».

## TABLE DES MATIERES

<b>1. Rappel de l'Expression du besoin.....</b>	<b>3</b>
1.1. Qui .....	3
<b>2. Organisation transfert de l'information.....</b>	<b>3</b>
2.1 création produit.....	3
2.2 cas de la modification ou ajout de donnée marketing & CC.....	3
2.3 VALIDATION interne via la drp.....	4
<b>2.4 cAS DE LA REACTIVATION D ' UN PRODUIT.....</b>	<b>4</b>
<b>3. cas des produitS psn.....</b>	<b>4</b>
3.1 pure prestation.....	4
3.2 psn negoce .....	4

## **1. RAPPEL DE L'EXPRESSION DU BESOIN**

- Organiser les flux d'information/ mise en place d'un process
- Mettre en place un historique des modifications
- Maintenir à jour les données marketing

### **1.1. QUI**

Catman/ / Supply Chain / Conseil Culinaire / Marketing / Qualité / GDP/

## **2. ORGANISATION TRANSFERT DE L'INFORMATION**

### **2.1 CREATION PRODUIT**

- Le référencement d'un produit est de la responsabilité du Category Manager
- L'ensemble des données achats, marketing et logistique devront être à jour lors de la remise de la DRP (**cf qui renseigne quoi sur le formulaire**)
- Chaque responsable de pôle (signataire du document) doit s'assurer que le document est complet pour sa partie avant signature.

**Cas 1 :** Le Rédacteur de la DRP est l'Acheteur ou le responsable de catégorie.

La DRP doit être accompagnée impérativement d'une fiche technique avec palettisation ou fiche article et de l'étiquette de l'UB.

Elle est transmise au Responsable de catégorie puis au service Supply Chain, au Conseiller Culinaire, au Marketing , à l'Attachée Qualité, au Responsable Qualité et enfin au Directeur de l'Offre.

S'il s'agit d'un nouveau fournisseur, cf processus S3 « Référencement d'un couple Produit-Fournisseur ».

**Cas 2 :** Le Rédacteur de la DRP est le négociateur du grand compte ou du marché.

La DRP doit être accompagnée impérativement d'une fiche technique avec palettisation ou fiche article et de l'étiquette de l'UB.

Elle est transmise au Catman puis au service Supply Chain, au Conseil Culinaire, au Marketing , à l'Attachée Qualité, au Responsable Qualité et enfin au Directeur de l'Offre.

Quelque soit l'émetteur de la DRP, les éléments devront être complets.

#### **\*\*\*\*\*PARTAGE EN LIGNE DES DRP :**

*L'ensemble des DRP seront mises à disposition via le réseau par le Catman ou l'Acheteur.*

*=> délai de validation de chaque signataire ne doit pas excéder 24h.*

- L'Acheteur ou l'Attachée Qualité indique les nouvelles données (uniquement les champs à renseigner ou modifier) dans le fichier d'échange (R:\Commun Achat-Qualité-Marketing / DRP Catman \ Fichier suivi champs marketing ; cf : Annexe 1 )
- Le Marketing valide la cohérence, forme, normes de la demande.
- Les données des Conseillers Culinaires suivront également le même process (mise à jour dans le suivi des modifications)
- Valeurs nutritionnelles : saisie et validation de l'Attaché Qualité.
- Les modifications seront mises à jour sous SAP selon calendrier (cf : Annexe 2)

**====> ATTENTION : CE PROCESS S'APPLIQUE POUR LES RELECTURES DE TOUS DOCUMENTS + DEMANDES PONCTUELLES DE MODIFICATION.**

## **2.3 VALIDATION INTERNE VIA LA DRP**

**Etape 1 :** Passage en gate1 & 3

**Etape 2 :** Validation du lancement (contrôle des données par chaque responsable)

**Etape 3 :** Transmission de la DRP => Aux différents signataires

**Etape 4 :** Transmission de la DRP => Aux GDP

**NB : l'émetteur de la DRP est responsable de son suivi dans le circuit de validation.**

## **2.4 CAS DE LA REACTIVATION D ' UN PRODUIT**

- Utilisation du document DRP standard
- Même exigence que pour un nouveau produit
- Circuit de signature idem

En bref : la réactivation d'un produit sera soumise au même process que celui de la création produit (hors 1<sup>er</sup> Etape « gate »).

**NB : l'émetteur de la DRP est responsable de son suivi dans le circuit de validation**

## **3. CAS DES PRODUITS PSN**

Pour les produits PSN 2 cas :

1= Produit pure prestation

2= Produit négoce

### **3.1 PURE PRESTATION**

L'information doit être à jour dans le formulaire de DRP.

Pour ce cas de figure pas de fiche technique et pas de données marketing à mettre à jour.

### **3.2 PSN NEGOCE**

L'information doit être à jour dans le formulaire de DRP.

Pour ce cas de figure, le processus de validation et création est le même que pour les produits standards, il faut donc l'ensemble des informations de la DRP pour prétendre à la création.

#### **4. PHOTO**

Tous les produits, hors produits PSN de pure prestation, doivent avoir une photo.

Pour chaque création, l'acheteur récupère auprès de son fournisseur la photo du produit

Le Marketing et Conseil Culinaire acceptent d'utiliser ou non la photo du fournisseur.

- Si la photo est acceptée, elle sera remontée dans SAP par le service informatique et ajoutée à la photothèque.
- Si la photo est refusée, le Conseil Culinaire prévoit le shooting du produit. Une fois réalisée, la photo sera remontée dans SAP par le service informatique et ajoutée à la photothèque.

Lors de la création d'un produit similaire à un autre produit déjà présent dans la gamme Brake ou de la création d'un produit suite à un changement de conditionnement, l'acheteur devra spécifier sur la DRP le code article à réutiliser pour rattachement de la photo.

Cela devra être validé par Le Marketing et Conseil Culinaire.

#### **5. REGLES A RESPECTER POUR LE REMPLISSAGE DES CHAMPS CONCERNENT TOUTES LES PERSONNES**

- 1- Sous gamme : doit correspondre exactement au nom de la sous-gamme sous SAP
- 2- Famille produit : uniquement le code complet de la famille produit (pas de texte)
- 3- Dénomination tarif : se reporter aux produits existants dans la même famille pour respecter la cohérence.
- 4- Composition : doit comporter au maximum 4 lignes de 120 caractères.
- 5- Numéro d'ordre Tarif : l'acheteur doit préciser pour les GN, CGN, CGR , entre quels produits doit on placer le nouveau (en indiquant le code précédent ).
- 6- La fiche technique modèle BRAKE doit être transmise au fournisseurs, c'est le support FT à remettre pour validation.(car elle contient l'ensemble des éléments nécessaires , logistique et qualité notamment).