

APGACN1

Durée : 6 heures

Coefficient : 5

REUNION-DISTILLERIE

COMPOSITION DU CAS

- Présentation du cas
- Dossier 1 : Optimisation de la politique de prix « Tisan'île »
- Dossier 2 : Valorisation de l'image de l'entreprise
- Dossier 3 : Gestion de la formation du personnel

RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

Chaque dossier peut être traité d'une manière indépendante. Cependant, le candidat ne doit pas négliger l'ordre dans lequel les dossiers sont présentés. Le respect de cet ordre permet de mieux s'imprégner du sujet. Il devra en outre faire preuve de discernement afin de repérer dans les documents annexés l'essentiel de l'accessoire.

L'étude de cas constitue un tout, et à ce titre, elle devra comporter **une introduction et une conclusion générales**.

Enfin, il est rappelé au candidat qu'il ne doit **en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom** dans la copie. En l'absence de précision du sujet, l'assistant de gestion de PME-PMI sera Madame, Mademoiselle ou Monsieur X.

Le candidat doit s'assurer que les 2 annexes libres n° 4 et 4 Ter sont bien en sa possession.

MATÉRIELS AUTORISÉS

- Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (Circulaire n° 99 186 du 16/11/1999).

- Le plan comptable n'est pas autorisé.

BAREME INDICATIF

Dossier 1 : 45 points

Dossier 2 : 30 points

Dossier 3 : 15 points

Introduction/Conclusion : 10 points

Les différentes tâches qui sont confiées au candidat ou à la candidate apparaissent en caractères gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme ici retenue pour ce paragraphe



REUNION-DISTILLERIE

REUNION-DISTILLERIE est une entreprise créée en 1989 à Saint-Paul de la Réunion par Alain PAYET, gérant. Lors de sa création, l'entreprise a dynamisé le créneau des punches (boissons à base de rhum et de fruits tropicaux) grâce à des produits qui ont été diffusés mondialement, comme par exemple le punch à la fleur d'orchidée.

Monsieur PAYET, conscient de la nécessité de l'évolution des technologies et des produits, a mis en place dès 1992 un laboratoire de recherche en biologie végétale qui étudie l'utilisation des plantes et des fruits tropicaux dans son secteur d'activité.

En 1995 grâce à l'évolution du marché et grâce à ses recherches, le gérant décide de lancer des préparations à base de plantes traditionnelles séchées destinées à permettre au client de faire lui-même son punch. Ces préparations sont commercialisées en sachet de 125 g. Qu'il soit aux fruits, aux agrumes ou aux herbes, le punch occupe une grande place dans la tradition créole et son exportation se développe.

Pour utiliser son savoir-faire en matière de plantes traditionnelles séchées, monsieur PAYET décide de lancer, en cette année 2000, des tisanes. Celles-ci seront réalisées à base de plantes locales qui font partie de la pharmacologie ancestrale (comme le bois mam'zelle, le corossol, le gombo...). Ces tisanes seront commercialisées sous la marque « TISAN'ILE ».

L'entreprise vend tous ses produits grâce à des intermédiaires (centrales d'achat, grossistes, petits détaillants...). Actuellement, monsieur PAYET gère seul les relations commerciales avec les clients et les fournisseurs.

Vous venez d'être recruté(e) en qualité d'assistant(e) de gestion pour aider monsieur PAYET à piloter le développement de son entreprise dans deux directions :

- La création de la gamme « TISAN'ILE »
- L'utilisation d'Internet comme outil pour valoriser l'image de l'entreprise et dynamiser ses ventes.

DOSSIER 1 : OPTIMISATION DE LA POLITIQUE DE PRIX « TISAN'ILE ».

L'entreprise se propose de fabriquer et commercialiser une nouvelle gamme « Tisan'île » comprenant trois types de tisanes :

- Une tisane pour la ligne à base de bois mam'zelle.
- Une tisane pour la digestion à base de feuilles de gombo.
- Une tisane pour le sommeil à base de feuilles de corossol.

Les plantes fraîches seront achetées auprès de producteurs locaux. Dès leur arrivée dans l'entrepôt, elles seront triées, nettoyées par l'ouvrier de l'atelier « nettoyage », puis séchées grâce à un séchoir automatique dans lequel chaque lot de 100 kg de plantes fraîches restera dix heures.

Toutes les plantes séchées seront immédiatement conditionnées par le deuxième ouvrier rattaché à la production de tisane. Les tisanes seront mises en vrac dans des boîtes métalliques contenant chacune 200 g. de plantes séchées, soit l'équivalent de 250 g de plantes fraîches.

Monsieur PAYET a fait réaliser une enquête auprès des consommateurs. Les questions de cette étude portaient sur la gamme à développer et sur le prix d'acceptabilité des différents produits.

A la suite des résultats de cette enquête, le gérant décide de lancer la nouvelle gamme.

Monsieur PAYET se pose la question de la rentabilité de ces produits. Il vous demande de réaliser une étude concernant la tisane pour la ligne. Vous devez :

-
- 1. Calculer le coût de revient d'une boîte de tisane pour la ligne en tenant compte des charges directes et indirectes. Ce coût de revient sera arrondi au franc supérieur.***
 - 2. Déterminer le prix d'acceptabilité d'une boîte de tisane pour la ligne.***
 - 3. Rédiger une note à l'attention du gérant pour l'informer des résultats de votre étude et lui proposer un prix de vente aux distributeurs.***
-

DOSSIER 2 : VALORISATION DE L'IMAGE DE L'ENTREPRISE.

Monsieur PAYET a assisté à un séminaire sur les Technologies de l'Information et de la Communication (T.I.C.) à St Denis (Réunion). Un des thèmes abordés était l'utilisation d'Internet par les PME-PMI. Monsieur PAYET a pris contact avec une entreprise qui souhaite développer un site Internet pour promouvoir et vendre des produits de la Réunion. Suite aux contacts qu'il a eus, il envisage de créer son propre site.

Pour pouvoir travailler avec Internet, monsieur PAYET doit équiper son entreprise d'un micro-ordinateur multimédia. Il souhaite pouvoir travailler aussi bien du texte que des images et pouvoir enfin imprimer en couleur, ce qu'il ne peut pas faire avec l'imprimante noir et blanc qu'il détient actuellement. De plus pour faciliter la gestion des clients dont il s'occupe personnellement, il souhaite, dans un futur proche, informatiser le fichier clients.

Vous avez contacté différents fournisseurs de la Réunion. Vous souhaitez faire une étude comparative de leurs offres.

1. Vous présenterez cette étude comparative à monsieur PAYET dans un document synthétique et vous lui ferez une proposition argumentée pour l'aider dans son choix.

Monsieur PAYET vous a remis de la documentation qu'il a collectée lors du séminaire. Il souhaite que son site comporte des informations non seulement directement sur les produits commercialisés par l'entreprise mais aussi sur leur processus de fabrication et l'origine réunionnaise de ces produits. L'internaute devra pouvoir aussi commander via Internet.

2. Il vous demande de présenter un projet de page d'accueil pour le site Internet de l'entreprise. Sur cette page devront apparaître les différents liens (renvois vers d'autres pages) qui permettront à l'internaute de visiter le site.

Remarque : seule la première page est à créer.

DOSSIER 3 : GESTION DE LA FORMATION DU PERSONNEL

Monsieur Jean-Marc GRONDIN, titulaire d'un BTS en biologie, a été embauché à temps plein lors du lancement de l'activité « préparation de plantes séchées pour punch ». Il souhaite suivre une formation de deuxième cycle (licence) en biologie végétale à l'université de Nancy. En effet, il désire parfaire ses connaissances dans le domaine des plantes pour devenir responsable du département « plantes » qui se développe dans l'entreprise.

Monsieur PAYET vous transmet cette demande de congé de formation.

1. Vous énoncerez les différentes conditions à remplir pour bénéficier d'un congé individuel de formation et vous vous assurerez que J.M. GRONDIN les respecte bien.

2. Vous rédigerez la lettre de réponse à lui envoyer.

Liste des annexes accompagnant le sujet

Annexe 1 :	Fiche d'identité de l'entreprise
Annexe 2 :	Organigramme de structure de REUNION-DISTILLERIE
Annexe 3 :	Les produits proposés par REUNION-DISTILLERIE
Annexe 4 :	Tableau de répartition des charges indirectes (A remettre avec la copie)
Annexe 4 bis :	Informations concernant les conditions de production
Annexe 4 ter :	Calcul du coût de revient d'une boîte de tisane pour la ligne (A remettre avec la copie)
Annexe 5 :	Extrait des résultats de l'enquête
Annexe 6 :	Documentation Internet collectée par A. PAYET
Annexe 7 :	Devis des fournisseurs
Annexe 8 :	Demande de Congé Individuel de Formation
Annexe 9 :	Documentation juridique sur le C.I.F.

ANNEXE 1 : Fiche d'identité de l'entreprise.

REUNION-DISTILLERIE

Siège social et ateliers :

26, allée du Piton Boîtard

tél. : 02 62 55 34 83

Zone industrielle de Cambaie

Fax : 02 62 55 54 71

97460 Saint Paul

S.A.R.L. au capital de 50 000 F

Fondée en 1989

Banques : Banque de la Réunion, Crédit Agricole de la Réunion

Gérant : Alain PAYET

Effectif de l'entreprise : 17

CA de 1999 : 15 000 000 F

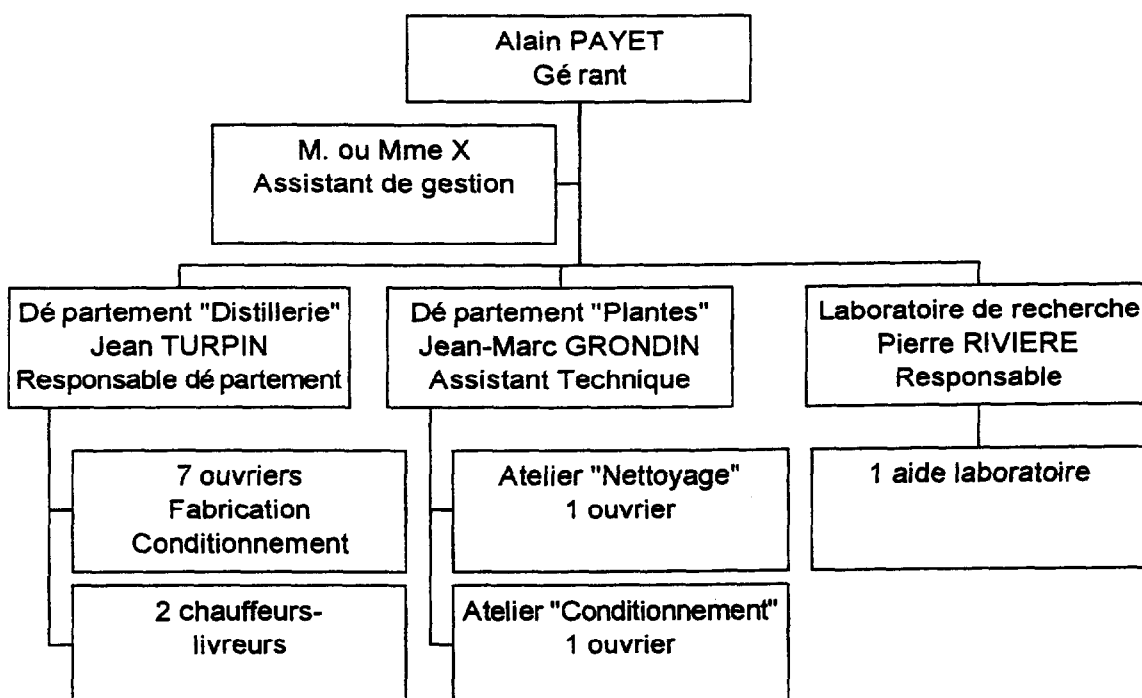
ACTIVITES :

Production de bouteilles de punch à partir de rhum fabriqué localement par les usines sucrières (à partir des cannes à sucre).

Mélange de plantes séchées distribuées en sachets pour que le consommateur final puisse faire lui-même son punch.

Projet de lancement d'une gamme de tisanes diététiques.

ANNEXE 2 : Organigramme de structure de REUNION-DISTILLERIE



ANNEXE 3 : Les produits proposés par REUNION-DISTILLERIE

1. La gamme punch commercialisée sous la marque, « Punch des îles », propose :

- des punches traditionnels conditionnés dans des bouteilles de 0,75 l : exemple punch aux fruits de la passion, punch aux litchis, punch à la vanille, punch aux goyaves...
- des punches traditionnels conditionnés par lot de deux bouteilles dans des coffrets en polystyrène.
- des mignonnettes de punches traditionnels conditionnés par 6 en coffrets en polystyrène.

Ces emballages en polystyrène sont destinés à protéger les bouteilles pendant leur transport (envoi en métropole ou exportation).

2. La gamme des préparations de plantes séchées pour punch commercialisée sous la marque « Rhum arrangé des îles » dans des sachets de 125 g. propose :

- une préparation de plantes contenant de la vanille, des orchidées et un zeste d' agrume (citron, orange ou pamplemousse).
- une préparation de plantes contenant de la vanille, et des fruits tropicaux séchés (ananas, mangues, bananes)

3. La gamme de tisanes diététiques en cours de lancement commercialisée sous la marque « Tisan'île » proposera à terme :

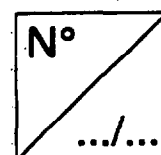
- une tisane pour la ligne à base de bois mam'zelle
- une tisane pour la digestion à base de feuilles de gombo
- une tisane pour le sommeil à base de feuilles de corossol

Les annexes 4 et 4 Ter sont indépendantes du livret.

A RENDRE AVEC LA COPIE

ANNEXE 4 : Tableau de répartition des charges indirectes (gamme Tisan'île)

Eléments	Centres principaux		
	Approvisionnement	Atelier Nettoyage	Atelier séchage conditionnement
Total répartition secondaire	3 000 F	2 800 F	3 000 F
Nature unité d'œuvre	kg de plantes fraîches achetées	heure de main d'œuvre directe	heure machine
Nombre unités d'œuvre			
Coût de l'unité d'œuvre			



ANNEXE 4 BIS : Informations concernant les conditions de production.

Monsieur PAYET vous communique les éléments prévisionnels suivants pour calculer le coût de revient d'une boîte de tisane pour la ligne.

Il vous rappelle qu'il souhaite réaliser sur ce produit une marge de 20 % et que les distributeurs appliquent un taux de marque de 35 %.

- Achats prévisionnels de plantes fraîches :

- Bois mam'zelle : 2 000 kg à 50 F le kg
- Feuilles de corossol : 1 500 kg à 42 F le kg
- Feuilles de gombo : 1 500 kg à 38 F le kg

- Achats prévisionnels de boîtes métalliques : 20 000 boîtes à 1 F pièce.

- Charges de main d'œuvre directe

- Atelier « Nettoyage »

Pour le bois mam'zelle, 60 heures à 42 F l'heure

Pour les feuilles de corossol, 40 heures à 42 F l'heure

Pour les feuilles de gombo, 40 heures à 42 F l'heure.

- Atelier « Conditionnement »

Tisane pour la ligne : 200 heures à 42 F l'heure

Tisane pour la digestion : 150 heures à 42 F l'heure

Tisane pour le sommeil : 150 heures à 42 F l'heure.

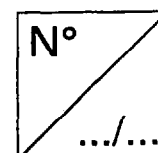
- Les charges indirectes d'administration générale et de distribution sont estimées à 2 F par boîte.

- Le taux de TVA applicable à la Réunion sur les produits alimentaires est de 2,10 %, et de 9,5 % sur les alcools.

A RENDRE AVEC LA COPIE

ANNEXE 4 TER : Calcul du coût de revient d'une boîte de tisane pour la ligne

Eléments	Quantité	Coût unitaire	Montant
Coût d'achat des plantes fraîches			
Coût de production d'une boîte de tisane pour la ligne			
Coût hors production			
Coût de revient d'une boîte de tisane pour la ligne			



ANNEXE 5 : Extrait des résultats de l'enquête

L'enquête a été effectuée sur un échantillon représentatif de 200 personnes.

Les questions posées à propos de la tisane pour la ligne étaient :

- Au-dessus de quel prix ne l'achèteriez-vous pas ?
- Au-dessous de quel prix ne l'achèteriez-vous pas ?

Les résultats de l'enquête après dépouillement sont résumés dans le tableau ci-dessous :

Prix public TTC proposé pour une boîte de 200 g de tisane pour la ligne	Nombre de réponses	
	Prix excessif	Prix trop bas
10 F	0	42
15 F	0	40
20 F	11	36
25 F	15	28
30 F	18	26
35 F	24	12
40 F	41	10
45 F	41	6
50 F	50	0
55 F	0	0

Que vendre, et comment ?

La "galerie marchande" du Web n'est pas une boutique classique. On y vend autre chose et autrement. Les expériences de 1997 ont inspiré un "nouveau marketing" qu'il va falloir apprendre vite...

Sur le Web, on vend 80% de service et 20% de produit", diagnostique Olivier Guérin (Machinations) qui vient d'étudier 50 acteurs majeurs du commerce électronique en France. Et de tirer quelques conclusions...

Quel est le bon produit ?

Les Américains ont une règle très pragmatique : *Cost, Convenience & Choice* : le prix, l'adaptation aux besoins du client et le choix.

Le **prix** est déterminant pour des produits standard bien connus des clients : voyages, matériel informatique, logiciels, livres, disques...

5 millions de connexions en 1997, 400 millions de francs de chiffre d'affaires : c'est la performance de Degriftour-Réductour en matière de commerce électronique. Précision : 90% du C.A. ont été réalisés sur Minitel...

2,5 millions de titres : c'est le catalogue du plus gros libraire virtuel du monde, Amazon. Il est américain, naturellement, mais en France, une solide concurrence s'organise, avec des sites comme Le Furet du Nord, Livre en ligne ou Chapitre.

Le **choix** est l'arme des libraires, dont les sites deviennent de véritables banques de données, où on peut faire à la fois sa recherche et son achat.

Olivier Guérin propose cependant une autre règle, correspondant mieux selon lui à l'état d'esprit européen : *Inavouable, Inaccessible, Impulsion*.

Inavouable, c'est tout ce qui touche les achats secrets, qui vont des cassettes X à la lingerie sexy...
Inaccessible définit les produits et services hors de portée physique du client, ou difficiles d'accès pour lui. Par exemple, il est plus facile de feuilleter le catalogue du Club Méditerranée de-



Degriftour (www.degriftour.fr) met l'accent sur l'impact des prix.

révisions de la manière traditionnelle de "penser le commerce".

Repenser le produit

On ne vendra jamais des armoires sur le Net, ni du béton. Et quand Auchan vend des packs de lait UHT à la dame au coin de la rue, il ne vend pas du

50% de l'investissement productif : c'est la part qui est accordée par les entreprises américaines aux technologies de l'information.

lait, il vend du service : le temps et la fatigue économisés par cette cliente, qui n'a pas à se déplacer jusqu'à la grande surface pour un "achat standard" d'un produit bien connu.

Le service est le moteur majeur de la vente sur le Net, beaucoup plus que le produit.

Créer la confiance

Le commerce électronique s'adresse à un client distant qu'on ne verra sans doute jamais. Il est donc impératif de le rassurer : sur la qualité des produits (en affichant des marques

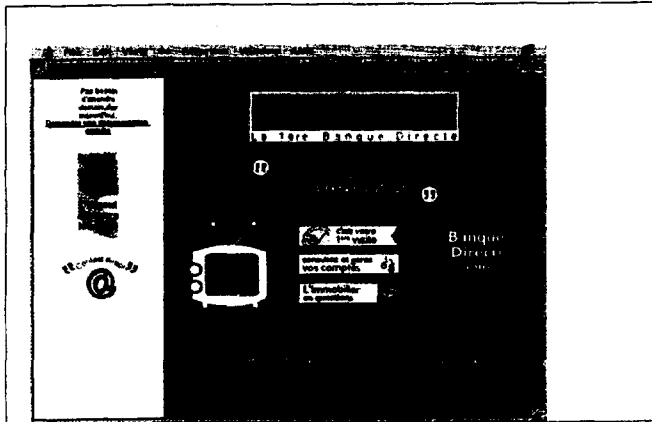
réputées), sur la sécurité de ses transactions (par un cryptage bien expliqué), sur les délais de livraison, sur le service après-vente...

Réinventer le marketing

Il faut pouvoir cibler ses clients (quelle catégorie, quelle région géographique ?), les attirer (quelle publicité ?) et les retenir (animation impérative du site). Tout cela en faisant le moins possible appel aux médias classiques. C'est toute une nouvelle philosophie, qui commence par le nom du site (évités les www.mon-produit/mon-organisation/vite.serviglobule.com.fr : le client est fatigué avant d'avoir fini de taper l'adresse...) et se poursuit loin, très loin...
Méthode simple et bon marché pour apprendre : visitez les sites

90% : c'est la part du commerce inter-entreprises par rapport à la totalité du commerce électronique. Le grand public reste à conquérir...

commerciaux en vous demandant pourquoi vous avez envie d'acheter ici et pas là. Bref, réapprenez l'art de la vitrine...



Les banques et les assurances, aux produits standardisés, se positionnent solidement dans le commerce électronique. Parmi les organismes présents à La Réunion, le Crédit Agricole projette de développer la banque à distance en 1998.

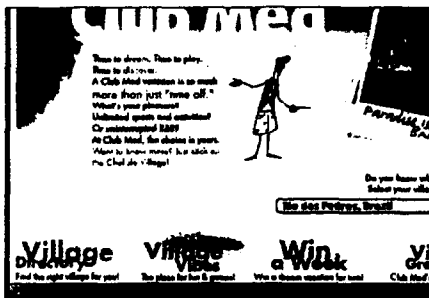
L'adaptation aux besoins du client est la carte jouée par certains constructeurs informatiques qui proposent de commander sa machine "sur mesure". Les assureurs offrent des contrats personnalisés.

3 millions de \$ par jour : c'est l'étourdissant chiffre d'affaires de Dell, qui vend des ordinateurs "sur mesure" par Internet.

vant son écran que d'aller dans une agence de voyages en ville, où on se sentira plus "lié" et moins libre de ses choix.

Impulsion fait appel à l'état d'esprit libertaire de l'utilisateur d'Internet, qui le rendrait plus sensible à certains "coups de cœur" pour des offres originales et sympathiques.

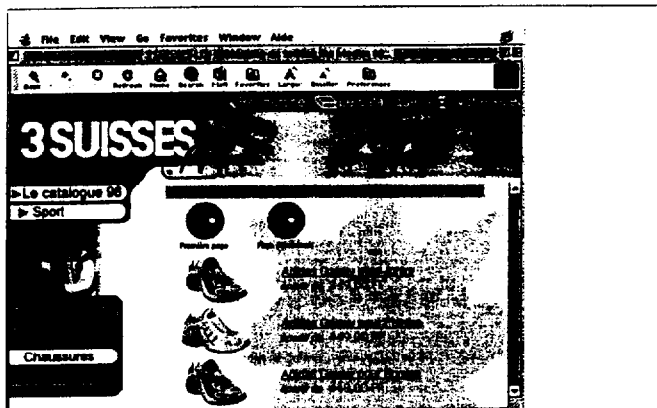
La bonne solution est sans doute de panacher les préconisations américaines et européennes, ce qui amène quelques



Le Club Méditerranée (www.clubmed.com), dont les produits sont bien connus, réalise de substantielles économies sur le contact clientèle.

Comment créer un bon site commercial

60 % des surfeurs sur Internet visitent à un moment ou un autre un site commercial, et 10% font des commandes ou des réservations en ligne. Un marché prometteur où il faut savoir se placer...



Ce grand classique de la vente par correspondance a ajouté la formule Internet à ses moyens papier et Minitel. Le chiffre d'affaires Internet des Trois Suisses (www.3suisses.fr) est infime par rapport à son chiffre Minitel, mais la proportion évolue peu à peu. Même chose pour la Redoute (www.redoute.fr).

La France est champion du monde de l'achat en ligne, grâce au Minitel. Mais cette technologie jadis innovante est aujourd'hui un frein : alors que 100 000 nouveaux sites Web se créent chaque mois dans le monde, on ne compte que quelques centaines d'adresses commerciales françaises. Comment se placer sur ce marché ? Nous avons emprunté les grandes lignes de ce qui suit à une étude réalisée par un étudiant réunionnais de la formation Euromaster, Alain Xelot.

Quelques définitions

Le commerce électronique s'appuie sur toutes les technologies de l'information et des communications (du fax à Internet en passant par le téléphone, le Minitel et l'EDI) et en fait en général un usage **combiné**.

Il peut se décliner en **trois formes** principales de relations commerciales :

- d'entreprise à entreprise (fournisseur, sous-traitant, etc.)
- d'entreprise à administration (fiscalité, emploi, achat public...)
- d'entreprise à particulier (le domaine le plus nouveau et peut-être le plus prometteur).

Créer la confiance (bis)

Pour que le commerce à distance vive, il ne faut pas que les in-

2 % des sites commerciaux réalisent 50% du chiffre d'affaires. Les autres se partagent les miettes...

formations puissent être falsifiées, ni par le vendeur ("Je ne vous avais pas annoncé ce

10 à 20% moins cher sur les "grandes surfaces" informatiques : c'est la performance atteinte par Soft Gallery, qui vend (et télécharge) des logiciels par Internet.

prix"), ni par l'acheteur ("Je n'ai jamais commandé ça"), ni par un pirate ("Merci pour ta Carte Bancaire..."). La **signature électronique**, la **cryptographie** et l'appel à un **tiers de confiance** garantissent une sécurité satisfaisante. Naturellement, tout cela est payant.

Concevoir un site

Quelques étapes réglementaires et techniques incontournables :

— Le **nom de domaine** devra être soigneusement étudié (pas trop long, assez explicite...) puis déposé auprès de NIC France (Network Information Center) pour un nom en .fr (Internic pour un nom en .com).

— Ce nom de site et ses centres d'intérêt devront être inscrits auprès des principaux **moteurs de recherche** français et anglo-saxons ; il faudra aussi multiplier les **liens** avec d'autres sites

— Les **moyens publicitaires** d'Internet seront utilisés pour se faire connaître (publicité, échange de liens, mailing...)

— L'**hébergement** du site peut s'effectuer dans une "galerie marchande", chez un fournis-



La vitrine de Home Shopping Service (www.hss.fr), une des sites pionniers du téléachat sur Internet en métropole. Tous les articles ne sont pas intéressants pour La Réunion, compte tenu de la distance, mais certains prix méritent d'être étudiés de près par les revendeurs locaux...

seur d'accès ou être indépendant. Tout dépend du budget... — Point majeur, à prendre en compte dès le début : le **back-office** (gestion des fichiers produits, suivi des clients, SAV, livraison, douane...)

Combien ça coûte ?

La solution la plus simple est de faire réaliser son site par un professionnel (de 30 à 150 KF) et de le faire sécuriser par un tiers de confiance (prix très variables selon la formule choisie). Consultez les professionnels et faites des comparaisons. Une chose sûre : comme un pas de porte, une vitrine Internet coûte de l'argent...

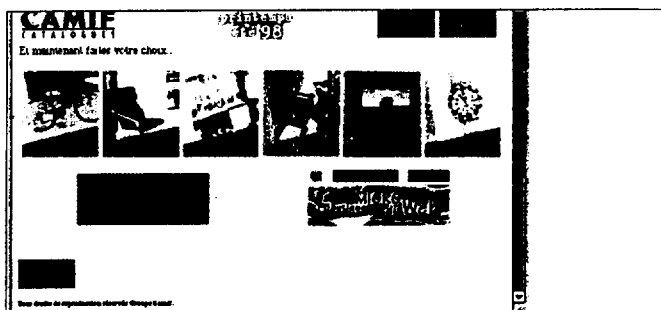
Que vendre ?

Prévisions du marché du commerce électronique en 2001 : tourisme (34%), informatique et logiciels (14%), vêtements (10%), musique (7%), livres

30 000 à 150 000 francs : c'est le prix d'une boutique Internet. Un exemple haut de gamme : la Monnaie de Paris, 300 pages, 200 articles, coût de réalisation 150 000 francs.

(6%), assurances (6%), autres (23%). C'est peut-être dans ces "autres" qu'il faut aller pêcher l'idée géniale, adaptée à une île perdue au beau milieu de l'océan Indien...

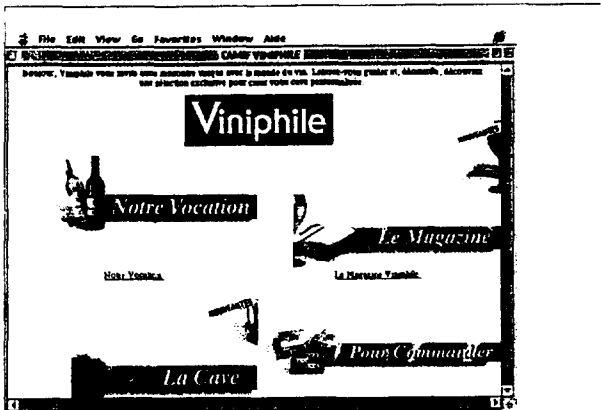
300 millions de pages Internet : c'est ce qu'on peut lire (ou essayer...) aujourd'hui sur Internet. IL y a un an, il n'y en avait "que" 80 millions. Autant dire que pour faire voir la sienne au milieu de tout ça, il faut être bon...



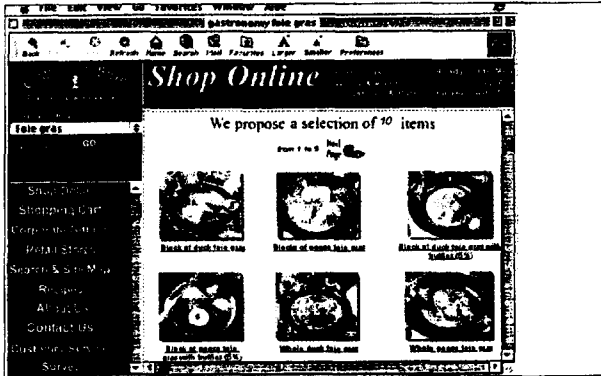
Les choix de la CAMIF, grande vitrine nationale qui a trouvé une "seconde vitrine" efficace avec Internet : la clientèle traditionnelle de la CAMIF est réputée ouverte aux nouvelles technologies, et habite souvent loin des centres (www.camif.fr).

on vous emmène au super-marché !

Cependant, n'ayons pas trop le blues : il y a déjà 50 000 sites français, dont beaucoup sont consacrés au commerce électronique. Et certains vendent des produits français... aux Américains. On s'y promène ?

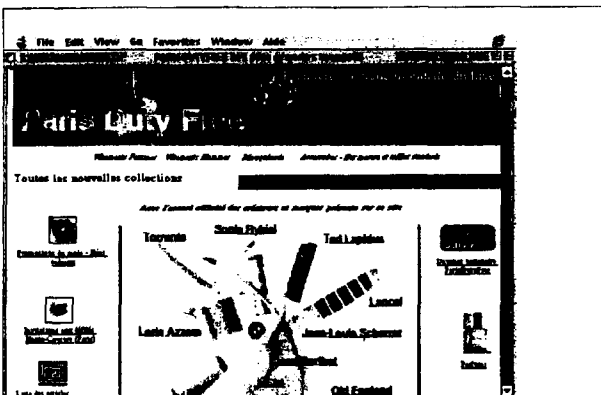


Quittons les nourritures spirituelles pour les... vins et spiritueux, qui rencontrent un grand succès outre-Atlantique. Quelques sites où malheureusement on ne peut pas déguster : Place du Vin (www.placeduvin.com) et le Viniphile (www.viniphile.tm.fr). Signalons encore le champagne Piper Heidsieck (www.piper.heidsieck.com).

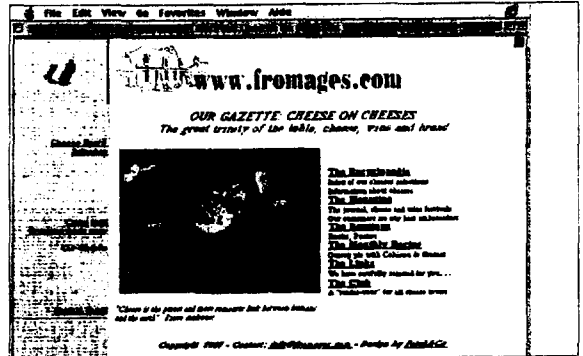


Pour rester dans le domaine gourmand, signalons l'appétissant site de la Comtesse du Barry (www.comtesseubarry.com/fr) et le Marché de France (www.francecontacts.com).

10 à 1 : en 2001, pour une relation de commerce électronique d'une entreprise à un client du grand public, il y en aura dix d'entreprise à entreprise. 56 milliards de \$ contre 5... Il est vrai que 70% des PC connectés à Internet seront encore des machines d'entreprises.

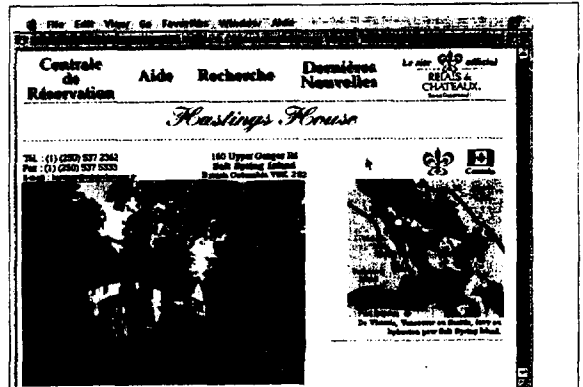


... Et maintenant que vous avez bien rêvé sur le foie gras, le champagne la lingerie, offrez un vrai beau cadeau à la dame de votre cœur. Par exemple sur Paris Duty Free (www.parisdutyfree.com) ou Paris 2 (www.paris2.com).

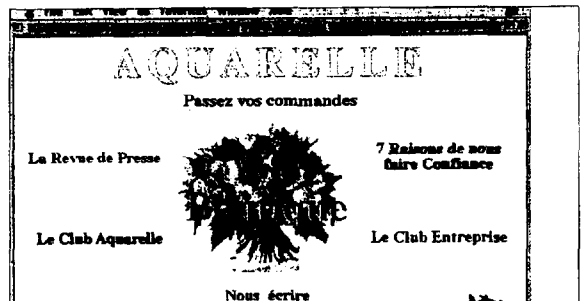


Et pour aller avec le fin, du fromage ? Nous n'avons pas testé la livraison et ne pouvons pas vous dire dans quel état il arrive. Mais comparez les prix... (www.fromages.com).

35% : c'est la part internationale du chiffre d'affaires des sites commerciaux américains. Une menace que l'Europe ne peut continuer à ignorer.



Poursuivons dans le rêve en visitant les célèbres Relais et Châteaux (www.relaischateaux.fr). Les VPCistes de voyages sont très nombreux sur le Web. Signalons notamment le Club Aquarius (www.clubaquarius.integra.fr), le Club Méditerranée (www.clubmed.com), DegriTour (www.degritour.fr), Nouvelles Frontières (www.nouvelles-frontieres.fr) et l'américain Priceline qui vend des billets discount à "votre" prix (www.priceline.com).



Si, par malchance, elle est vraiment loin, composez-lui "son" bouquet que vous lui ferez livrer : Aquarelle (www.aquarelle.com), Net Flowers (www.net-flowers.com) ou Floritel (www.floritel.com).

51 : c'est le nombre d'entreprises "à reprendre" présentées sur www.ajinfo.org, le site de l'Association des administrateurs judiciaires. Du gros shopping...

ANNEXE 7 : Devis des fournisseurs d'équipements informatiques (3 pages)

COMPUTER-CYBER

12, rue des Tec-Tec

97490 SAINTE CLOTILDE

Tél : 02 62 29 61 12

Fax : 02 62 29 61 13

LE 27/04/2000

Votre contact commercial : Pierre HOARAU

A l'attention de

FACTURE PROFORMA 2000/78

Suite à votre appel, je vous présente un produit qui devrait vous convenir, en l'occurrence un Cyrix MII-333.
Equipé de modem pour les accès INTERNET.

DESIGNATION	Qté	PRIX UNITAIRE HT
<u>Micro-ordinateur Multimédia MII-333</u>	1	5 580 FRS
Carte mère biostar Cpu Cyrix MII-333 32 Mo sdram Disque dur 4.3 Go Lecteur cd-rom 40 X Clavier – souris – tapis Carte vidéo PCI mystique 220 4 Mo Ecran 15 pouces standard Lecteur de disquettes Boîtier mini tour Son 16 bits – hauts parleurs 120 W Modem Olitec PCI interne Windows 98 oem Works 4.5 oem CD internet facile Scanner ACER VUAEGO 300 * 600 DPI parallèle		
Option : 32 MO supplémentaire (pour un traitement plus rapide de l'image issue de la scannérisation) : + 350 FRS		
TOTAL		5 580 FRS

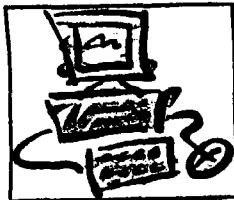
Arrêté la présente facture proforma à la somme de : CINQ MILLE CINQ CENT QUATRE VINGTS FRANCS.

Espérant que cette offre retienne toute votre attention, veuillez accepter, mes salutations distinguées.

Le service commercial

P. HOARAU





Département Informatique et Réseaux

97400 SAINT-DENIS
Tél : 90 41 00 - Fax : 90 41 09

97410 SAINT-PIERRE
Tél : 25 80 89 - Fax : 96 25 87



INFORUN

Saint-Denis, le 27/04/2000
N/REF : 4299082

PROFORMA INFORMATIQUE

Micro-ordinateur DELL G1 L 400 Celeron

Celeron 400MHz
128 Ko de cache ON Die (intégré au processeur)
Mémoire vive : 64 Mo
Disque dur 4.3 Go
Vidéo sur bus AGP ATI Rage Pro. mémoire vidéo 2 Mo
Lecteur disquettes
Carte audio 16 bits compatible sur stock
Boîtier bureau plat, ports USB, 1 parallèle, 2 série
Carte réseau 3Com 10/100 Ethernet
Ecran DELL 15 pouces
Clavier 105 touches, souris MS
Windows 98

Prix unitaire HT : 8 500.00 francs

SCANNER EPSON GT - 7000

Caractéristiques :

Technologie	Scanner à plat couleur 1 passe
Couleur	36 bits, 64 milliards de couleurs
Résolution	9600 dpi avec optique 600 x 1200 dpi avec contrôle du micro déplacement
Echelle	50 % à 200 % par incrément de 1 %
Bouton Auto Scan	Lancement de la numérisation par simple bouton
Calibrage couleur	Imprimante EPSON STYLUS Couleur, ICM Windows 95/98, Apple ColorSync 2.0
Démarrage	pour numériser le documents imprimés
T.E.T.	Text Enhancement Technology (bonification OCR)

Nos réf :
A.A.S. Auto Segmentation Area (bonification archivage)
Interface USB
Options Chargeur feuille à feuille, lecteur de diapositives et de négatifs jusqu'au format 10.16 x 12.7 cm
Pilotes EPSON Twain pour Windows (3.X, 95, 98, nt 3.51 et 4) et Macintosh (Système 7.X et 8)
Logiciels Pour la retouche, l'OCR, l'édition de pages internet et la copie
Adobe® Page Mill™, Presto !™, Page Manager, TexteBridge® Classic, Adobe® PhotoDeluxe™, EPSON PhotoSheet, EPSON Personal Copy

Points forts

Haute qualité d'image : 1200 x 600 dpi avec 36 bits
Acquisition simplifiée grâce au bouton Auto Scan
Fidélité des couleurs avec le EPSON STYLUS Couleur
Prêt à l'emploi pour Mac et PC
Faible encombrement, s'intègre facilement

Prix unitaire HT : 1 639.00 francs

Logiciels Microsoft : vous ne payez pas de TVA si le logiciel est installé directement sur l'ordinateur.

Microsoft OFFICE PROFESSIONAL

Prix unitaire HT : 4 188.00 francs

Microsoft FRONT PAGE 98

Prix unitaire HT : 1 124.00 francs

Extension de garantie 3 ans : comprends pièces, main d'œuvre, déplacement du technicien, 1 nettoyage annuel de la machine en contrat.

1° année 7.5% du prix de la machine
2° année 15% du prix de la machine
3° année 15% du prix de la machine

Exemple pour le scanner : 1° année : 245.85 francs IIT
2° année : 491.70 francs IIT
3° année : 491.70 francs IIT

Soit au total 1 229.25 francs IIT pour 3 ans.

Délais 1 à 4 semaines (selon disponibilité)

Garantie 1 an
Proposition valable 1 mois

A retourner par Fax
Bon pour accord
Le client

Vous souhaitant bonne réception

Délégué commercial

Novell. saari EPSON® Microsoft

RUNSOFT

1A rue de la Martinique - ZA FOUCHEROLLES - 97490 Ste Clotilde

PROFORMA

NUMERO	DATE
BP/9907067A	27/04/2000

A l'attention de

DESIGNATION	U	Qté	P.U. HT	Montant HT	
ORDISOFT COMPUTERS P III : - 1 carte mère ODI BRILLANT I-686 chipset 440 BX-AGP-ATX (Evolution jusqu'à Pentium II à 750 MHz (Intel)) (Migration jusqu'à Pentium III à 500 MHz (Intel)) (BUS A 66 MHz ET A 100 MHz) (Mémoire cache de 512 Ko de second niveau L2) (3 slots ISA. 3 slots PCI. 1 slot AGPx2) (Plug & Play - Energy Star - Flash Bios - CE - NF) (2ports série - 1 port souris PS/2 - 1 port clavier PS/2) - 1 processeur INTEL PENTIUM III 450 avec ventilation (Mémoire cache de 512 Ko de second niveau L1) - Boîtier moyen tour ATX - Alimentation 300 WATTS (5 baies 3p1/2 et 1 baie 3p1/2 en face avant) (2 systèmes de ventilation) - 1 mémoire vive de 128 Mo SDRAM extensible à 512 Mo (1 barrette SDRAM à 100 MHz) - 1 contrôleur disque dur E-IDE PCI Ultra DMA 66 (4 périphériques IDE (ZIP, Disque Dur, CDROM, DVD etc....)) - 1 disque QUANTUM CORONA de 6,4 Go (Ultra DMA 66 Mo/s - accès < 9 ms - 7200 tours/minute) - 1 lecteur de CDROM PHILIPS 48X Interne (UltraDMA) - 1 lecteur 3,5 pouces de 1,44 Mo - 1 carte vidéo ATI 128 FURY - AGPx2 - 128 bits (8 Mo mémoire vidéo - Processeur ATI 3D RAGE 128) - 1 Moniteur VIEWSONIC E 771 - 17 pouces SVGA (PITCH : 0,27 - 800x600 en 106 Hz - 1024x768 à 86 Hz) - 1 clavier KEYTRONIC 105 touches AZERTY (Avec touche EURO) - 1 souris Microsoft INTELLIMOUSE + tapis - 1 carte son SOUND BLASTER PCI 64 - Kit IIP 3D SURROUND 200 Watts PMPO (Alimentation intégrée) - Microsoft WINDOWS 98 (Licence + CD) - GARANTIE EN ATELIER : 1 AN PMO Microsoft Pack Office PRO 2000 PREMIUM : - Word, Excel, Access, Publisher, PhotoDraw, Outlook et FrontPage 2000	u	1	12 700.00	12 700.00	2
	U	1	4 900.00	4 900.00	3

REMARQUES ET CONDITIONS DE VENTE

Garantie : Voir descriptif
Disponibilité : 10 jours ouvrés après commande
Matériel à retirer en nos locaux
Règlement : Chèque à la livraison du matériel

TOTAL HT	17 600,00 F
* TVA 9,5%	465,50 F
TOTAL TTC	18 065,50 F

*TVA 9,5% récupérable	1 206,50 F
TOTAL TTC EURO	2 754,07 €

ACCORD DU CLIENT

NOM : _____ DATE : _____

SIGNATURE :

AFFAIRE SUIVIE PAR

Service commercial Service technique
Tél : 29 92 00 Fax : 29 57 67

* pour mémoire

RUNSOFT

1A rue de la Martinique - ZA FOUCHEROLLES - 97490 Ste Clotilde

PROFORMA

NUMERO	DATE
BP/9907067A	27/04/2000

A l'attention de

DESIGNATION	U	Qté	P.U. HT	Montant HT	
Scanner EPSON GT 7000 USB : - Scanner A4 couleur et mono - A plat - 1 passe 36 bits - 64 Milliards de couleurs 1200x600 dpi optique - 9600 optimisé - Interface USB - Livré avec câble USB - Livré avec logiciel PhotoDeluxe ; TextBridge Classic - Garantie 1 an PMO en atelier	U	1	1 790.00	1 790.00	2
Imprimante HP DeskJet 895 Cxl - Jet d'encre A4 couleur et mono - 9 pages par minute en mono - Résolution de 600 points par pouce - Mémoire de 1 Mo - 1 bac F/F de feuilles A4 - Interface parallèle rapide - Livrée avec 1 câble parallèle de 5 mètres - garantie 1 an en atelier	U	1	2 490.00	2 490.00	2
Modem externe USB Numéris 128 BEWAN : - Fax, Modem, Minitel, Internet - Garantie : 1 an PMO en atelier	U	1	1 390.00	1 390.00	3

REMARQUES ET CONDITIONS DE VENTE

Garantie : Voir descriptif
Disponibilité : 10 jours ouvrés après commande
Matériel à retirer en nos locaux
Règlement : Chèque à la livraison du matériel

TOTAL HT	5 670,00 F
* TVA 9,5%	132,05 F
TOTAL TTC	5 802,05 F

*TVA 9,5% récupérable	406,60 F
TOTAL TTC EURO	884,52 €

ACCORD DU CLIENT

NOM : _____ DATE : _____

SIGNATURE :

AFFAIRE SUIVIE PAR

Service commercial Service technique
Tél : 29 92 00 Fax : 29 57 67

ANNEXE 8 : Demande de Congé Individuel de Formation

Jean-Marc GRONDIN
Rue du Ruisseau
97411 Bois de Nèfles Saint Paul

REUNION-DISTILLERIE
à l'attention de monsieur PAYET

Objet : Demande de C.I.F.

Saint Paul, le 30 avril 2000

Monsieur,

Comme suite à notre entretien du 1er avril 2000, je vous confirme que je souhaite parfaire mes connaissances en biologie végétale en suivant une licence à l'université de Nancy, d'octobre 2000 à juin 2001.

Cette formation me permettrait, comme nous l'avons envisagé ensemble, de devenir responsable du département « Plantes ».

Dans l'attente de votre réponse, je vous adresse mes respectueuses salutations.

Jean-Marc GRONDIN

J. Marc Grondin

Préciser à Mr. GRONDIN
qu'il doit contacter
le FONCEUR REUNION,
organisme chargé du
financement de la
formation

A. PAYET

AP

ANNEXE 9 : Documentation juridique sur le C.I.F. (3 pages).

I. Congés de formation

Outre le congé de droit commun (nos 4703 s.), les salariés peuvent bénéficier d'un congé de bilan de compétences (n° 4715) et de congés spéciaux de formation : congé des salariés sous contrat de travail à durée déterminée (n° 4714), congé jeunes travailleurs (n° 5409), congé enseignement (n° 4716), congé de formation économique, sociale et syndicale (nos 1940 s.), congé de formation de cadres et animateurs pour la jeunesse (nos 1955 s.), congé de formation des conseillers prud'hommes (n° 2278).

4700

a. Congé individuel de formation

R-II-3200s

Le congé-formation permet à tout salarié, français ou étranger, quels que soient le secteur d'activité et l'effectif de l'entreprise, de s'absenter pendant les heures de travail afin de suivre, à son initiative et à titre individuel, une action de formation de son choix, distincte de celles comprises dans le plan de formation de l'entreprise.

4703

C.trav.
art.L.931-1
et 1-1

Il peut être accordé :

- pour suivre des actions devant aider les intéressés à accéder à un niveau supérieur de qualification professionnelle, à changer d'activité ou de profession et à s'ouvrir plus largement à la culture et à la vie sociale;
- pour préparer et passer un examen (congé-examen) en vue d'obtenir un titre ou diplôme de l'enseignement technologique.

Les salariés peuvent, dans le cadre du congé individuel de formation, bénéficier d'un crédit formation individualisé.

a. Le crédit formation doit permettre l'acquisition d'une qualification sanctionnée par des titres ou diplômes reconnus. A cet effet, il ouvre droit :

- à un bilan de compétences (n° 4691-7) et à l'élaboration d'un projet personnalisé de formation réalisés par l'organisme professionnel dont il relève (n° 4710-1);
- et à la prise en charge de cette formation par les organismes professionnels (nos 4709 s.) ou par l'État et les régions.

b. S'agissant des salariés d'entreprises françaises implantées à l'étranger, la loi ne s'applique que si l'entreprise est soumise au droit du travail français (Circ. 19-12-79).

Ouverture du droit Conditions relatives au stage Le stage de formation que désire suivre le salarié doit entrer dans une des catégories définies n° 4691.

4704

C.trav.
art.L.931-5

La durée du stage (qui est celle du congé-formation) ne peut excéder un an s'il s'agit d'un stage à temps plein, 1 200 heures s'il s'agit de stages comportant des enseignements discontinus ou à temps partiel. Toutefois, des accords stipulant des durées plus longues peuvent être conclus.

Selon l'accord du 3-7-91 (n° 4690), dans le commerce, l'industrie et l'artisanat, la durée du congé peut être plus longue lorsque, dans le cadre d'un accord, l'État ou la région en assure le financement ou lorsqu'un accord de branche en prévoit le financement.

Conditions relatives au salarié Le salarié doit justifier d'une ancienneté, en qualité de salarié, d'au moins 24 mois consécutifs ou non, quelle qu'ait été la nature des contrats de travail successifs (36 mois dans les entreprises artisanales de moins de 10 salariés), dont 12 mois dans l'entreprise.

4705

C.trav.
art.L.931-2
art.R.931-7

La condition d'ancienneté n'est pas requise du salarié qui a changé d'emploi du fait d'un licenciement pour motif économique et n'a pas bénéficié d'un stage de formation entre le moment de son licenciement et celui de son réemploi.

Le salarié ayant déjà bénéficié, sur sa demande, d'un congé-formation (autre que le congé jeune travailleur : n° 5409) ne peut prétendre, dans la même entreprise, à un nouveau congé de formation avant un certain délai, dit délai de franchise. Ce délai, exprimé en mois, est, dans tous les cas, égal au douzième de la durée, exprimée en

heures, du congé de formation précédemment suivi. Par exemple, ce délai sera de dix mois pour un stage ayant duré 120 heures (120 h/12).

Ce délai ne peut être inférieur à six mois ni supérieur à 6 ans.

Cette condition ne s'applique pas aux travailleurs demandant des congés successifs pour passer un examen en vue d'obtenir un titre ou diplôme de l'enseignement technologique. Les salariés peuvent à ce titre bénéficier d'un ou plusieurs congés au cours d'une même année civile; la durée du ou des congés destinés à la préparation ne peut dépasser, par année, 24 heures du temps de travail. La durée totale des congés n'est pas prise en compte pour le calcul du délai séparant deux stages.

4706

C.trav.
art.L.931-3
et 4

Conditions relatives à l'entreprise L'employeur peut différer le départ du salarié en congé-formation dès lors que les absences simultanées pour formation dans l'entreprise ou l'établissement dépassent un certain seuil. Il en va ainsi lorsque :

- dans les entreprises employant moins de 10 salariés, le départ d'un salarié en congé-formation conduit à l'absence simultanée de deux salariés;
- dans les établissements de moins de 200 salariés, le nombre d'heures de congé demandées dépasse 2 % du nombre total des heures de travail effectuées dans l'année. Toutefois, le nombre d'heures de congé auxquelles les salariés de ces établissements ont droit pourra être reporté sur demande d'une année sur l'autre sans que ce cumul puisse dépasser quatre ans;
- dans les établissements de 200 salariés et plus, le pourcentage d'absences dépasse 2 % du nombre total de travailleurs de l'établissement.

Pour le calcul de ce pourcentage maximum, seules doivent être prises en compte les absences simultanées au titre du congé-formation de droit commun.

Ne sont pas retenues dans ce calcul les absences :

- au titre de la formation à l'initiative de l'entreprise;
- au titre d'un congé bilan de compétences (n° 4715), d'un congé enseignement (n° 4716), d'un congé jeune travailleur (n° 5409) (C. trav., art. L. 931-10), d'un congé de formation économique, sociale et syndicale (nos 1940 s.) ou d'un congé de formation des cadres pour la jeunesse (nos 1955 s.);
- des titulaires d'un contrat de qualification (nos 4610 s.), d'adaptation (nos 4648 s.), d'orientation (n° 4652) ou d'insertion professionnelle (nos 4635 s.) (C. trav., art. L. 981-10);
- des conseillers prud'hommes salariés pour formation (n° 2278);
- des salariés bénéficiant d'un stage de réadaptation professionnelle après un congé parental d'éducation (n° 1891), un congé pour création d'entreprise (nos 1918) ou à la suite d'un congé de maternité lorsqu'ils ont fait valoir leur droit à priorité de réembauchage (n° 6173).

4707

C.trav.
art.L.931-6
et R.931-3

L'employeur peut reporter le congé s'il estime après avis du comité d'entreprise ou, à défaut, des délégués du personnel que cette absence pourrait avoir des conséquences préjudiciables à la production et à la marche de l'entreprise. Dans ce cas, le report du congé ne peut excéder neuf mois.

En cas de différend, l'inspecteur du travail peut être pris pour arbitre par l'une des parties.

L'inspecteur saisi dispose alors d'un rôle de conciliation et non du pouvoir de statuer par une décision administrative. La prise d'une telle décision constituerait, en conséquence, un excès de pouvoir (CE 20-12-85, n° 43198).

4708

C.trav.
art.R.931-1
et 2

Demande de congé Le salarié doit formuler sa demande au plus tard :

- 60 jours à l'avance lorsqu'elle concerne la participation à un stage de moins de 6 mois ou à temps partiel, le passage ou la préparation d'un examen;
- 120 jours à l'avance lorsqu'elle concerne une interruption continue du travail d'au moins 6 mois.

L'employeur, dans les trente jours suivant la réception de la demande, doit faire connaître à l'intéressé son accord ou les raisons qui motivent le rejet du congé (nos 4704 et 4705) ou son report (nos 4706 et 4707).

Lorsque les demandes de congé ne peuvent être satisfaites intégralement, elles sont retenues dans l'ordre de priorité suivant : demandes présentées pour passer un examen, demandes antérieures qui ont été différées, demandes de travailleurs dont le stage a été interrompu pour des motifs reconnus valables après avis du

comité d'entreprise ou, à défaut, des délégués du personnel, demandes formulées par les travailleurs ayant le plus d'ancienneté dans l'entreprise.

a. La demande de congé doit indiquer avec précision soit la date du début du stage, la désignation et la durée de celui-ci ainsi que le nom de l'organisme qui en est responsable, soit l'intitulé et la date de l'examen; dans ce dernier cas, elle est accompagnée d'un certificat d'inscription.

b. Est abusif le licenciement d'un salarié qui, malgré le refus de son employeur, a quitté l'entreprise pour prendre un congé-formation, si l'absence de l'intéressé, qui remplit les conditions d'ouverture du droit à congé, n'est pas de nature à entraîner des conséquences préjudiciables à la production et à la marche de l'entreprise (Cass. soc. 7-11-89, n° 4353).

Financement par les organismes collecteurs Le bénéficiaire d'un congé-formation peut demander la prise en charge par un organisme professionnel des dépenses afférentes à ce congé.

Le Code du travail définit dans ses articles L. 931-8-2 et L. 931-9 les règles de prise en charge des congés-formation par les organismes collecteurs et le montant de la rémunération versée au salarié en congé-formation. Toutefois, ces dispositions peuvent être écartées, en vertu de l'article L. 931-8-1, par accords nationaux interprofessionnels ou professionnels ou conventions de branche étendus quand bien même ceux-ci seraient moins favorables aux salariés. Ils doivent cependant respecter le montant minimal de rémunération fixé par voie réglementaire.

Dans le commerce, l'industrie et l'artisanat, l'accord du 3-7-91 (n° 4690) se substitue ainsi aux dispositions légales. Les dispositions conventionnelles propres aux autres secteurs ne sont pas étudiées dans le présent ouvrage.

Modalités de la prise en charge La prise en charge par l'organisme collecteur s'effectue aux conditions suivantes.

1. **Demande** Le salarié doit présenter sa demande de prise en charge à l'organisme paritaire auquel son employeur verse la contribution destinée au financement des congés individuels de formation (n° 4762).

Lorsqu'il est salarié d'une entreprise de moins de dix salariés, il doit présenter sa demande à l'organisme de la branche ou du secteur d'activité dont relève l'entreprise ou, à défaut, à l'organisme interprofessionnel régional.

Lorsqu'il est salarié à employeurs multiples, il doit présenter sa demande à l'organisme dont relève son employeur principal.

2. **Dépenses prises en charge** a. Elles portent sur la rémunération (salaire de base et primes assimilées), les charges sociales légales et conventionnelles correspondantes (l'exonération de cotisation d'allocations familiales visée n° 314 n'est pas applicable pendant le congé-formation : Circ. 9-12-93) et, le cas échéant, tout ou partie des frais de transport et d'hébergement. L'indemnité de congés payés demeure légalement à la charge de l'employeur; toutefois rien n'interdit à l'organisme agréé de prendre à sa charge son remboursement prorata temporis (Décision COPACIF 9-1-84).

Le cas échéant, l'organisme prend en charge l'indemnité de fin de contrat versée au remplaçant recruté sous contrat à durée déterminée du salarié en congé-formation (nos 2909 s.).

b. La rémunération du salarié en congé-formation prise en charge par l'organisme est calculée à partir de la rémunération qu'il aurait perçue s'il avait continué à travailler. Lorsqu'un salarié perçoit des rémunérations variables, la rémunération est calculée sur la base du salaire moyen mensuel des 12 derniers mois d'activité précédant le congé.

Le montant de la rémunération prise en charge s'élève :

- à 90 % du salaire de référence pour les actions définies comme prioritaires et à 80 % pour les autres, dans la limite d'un an ou 1200 heures de stage;
- à 60 % du salaire de référence au-delà d'un an ou 1 200 heures de stage.

La somme versée au titre de la prise en charge est égale à deux fois le SMIC, si l'application des pourcentages de 90 %, 80 % et 60 % donne un résultat inférieur à ce montant.

Un accord national interprofessionnel étendu ou, le cas échéant, une convention ou un accord collectif de branche étendu, peut prévoir des règles de rémunération plus favorables pour les salariés à temps partiel suivant une formation à temps plein (C. trav., art. L. 931-8-2).

3. **Paiement** La rémunération et les charges assises sur cette rémunération sont versées à titre d'avance par l'employeur dans les limites de la prise en charge.

4709

4710

Accord
3-7-91