

**LES CATALOGUES**

**LES REUNIONS  
COMMERCIALES**



**QUELQUES SORTES**

**EN STOCK**

**CHEZ**

**HENRY ASTIC**

**17, RUE MARENGO, 17**

**SAINT-ÉTIENNE**

**TÉLÉPHONE 222**



---

Type de dossier bleu clair force 40 kilos : En stock : toutes teintes



Sûrement, un des premiers dépliants de  
la société

**REPRÉSENTANT-DÉPOSITAIRE  
RÉGIONAL :**

Papeteries de VOIRON et des GORGES  
(Guérimand).

ÉTABLISSEMENTS J. BERTHOUD  
(enveloppes).

Société des PAPIERS KELLER-DORIAN  
(papiers fantaisie).

LE CELLOCHROME (colle).



**CONSIGNATAIRE  
D'USINES SPÉCIALISÉES :**

**PRINCIPALES SORTES :**

BLANCS mi-fins, fins, surfins, registres.

COULEURS mi-fines, fines, surfines.

Papiers pour MACHINES A ÉCRIRE  
blanc et couleurs.

DOSSIERS bulle et couleurs.

Feuilletons blanc et couleurs.

BRISTOL « IVORY » et « OPAL ».

Affiches blanches, couleurs, peintes, multicolores.

Cartons gris blanchis, bicolores (cartonnage).

- gris pour reliure.
- bleu spécial pour massicot.
- lustré.



**PLIAGES et EMBALLAGES :**

Spécialité : Kraft « ÉLÉPHANT », le meilleur  
pour le paquetage des imprimés



Sûrement, un des premiers dépliants de  
la société

Raphaël  
**Astic**

**PAPIERS**

**AGENCE D'USINES**

TÉL. : 32-52-22  
17, RUE DORMOY  
**ST-ETIENNE**



Catalogue pour les papiers impressions  
écriture

Raphaël  
**Astic**  
PAPIERS



17 rue DORMOY Tél. (77) 32-52-22  
42000 SAINT-ETIENNE



Couverture du premier catalogue qui était un classeur et qui avait des échantillons d'emballage à l'intérieur

Raphaël  
**Astic**

**TEL. 77 79 64 88**  
**FAX 77 93 58 64**



- 1 - Emballage Carton**
- 2 - Films et Sachets Plastiques**
- 3 - Calage Protection**
- 4 - Etiquettes**
- 5 - Appareils Adhésifs - Etiquettes**
- 6 - Adhésifs**
- 7 - Adhésifs**
- 8 - Calage Protection**
- 9 - Palettisation**
- 10 - Fermeture - Cerclage et Agrafage**
- 11 - Calage Protection**
- 12 - Emballage Papier**
- 13 - Emballage Papier**
- 14 - Fermeture - Cerclage et Agrafage**
- 15 - Emballage Papier**
- 16 - Usage unique et Bureaux**



Un catalogue qui a suivi

# Raphaël Astic



50, rue Molina  
Z.I. Montreynaud  
42000 SAINT-ETIENNE

tél: 77 79 64 88

*Astic*  
EMBALLAGE

Raphaël  
*Astic*

EMBALLAGE

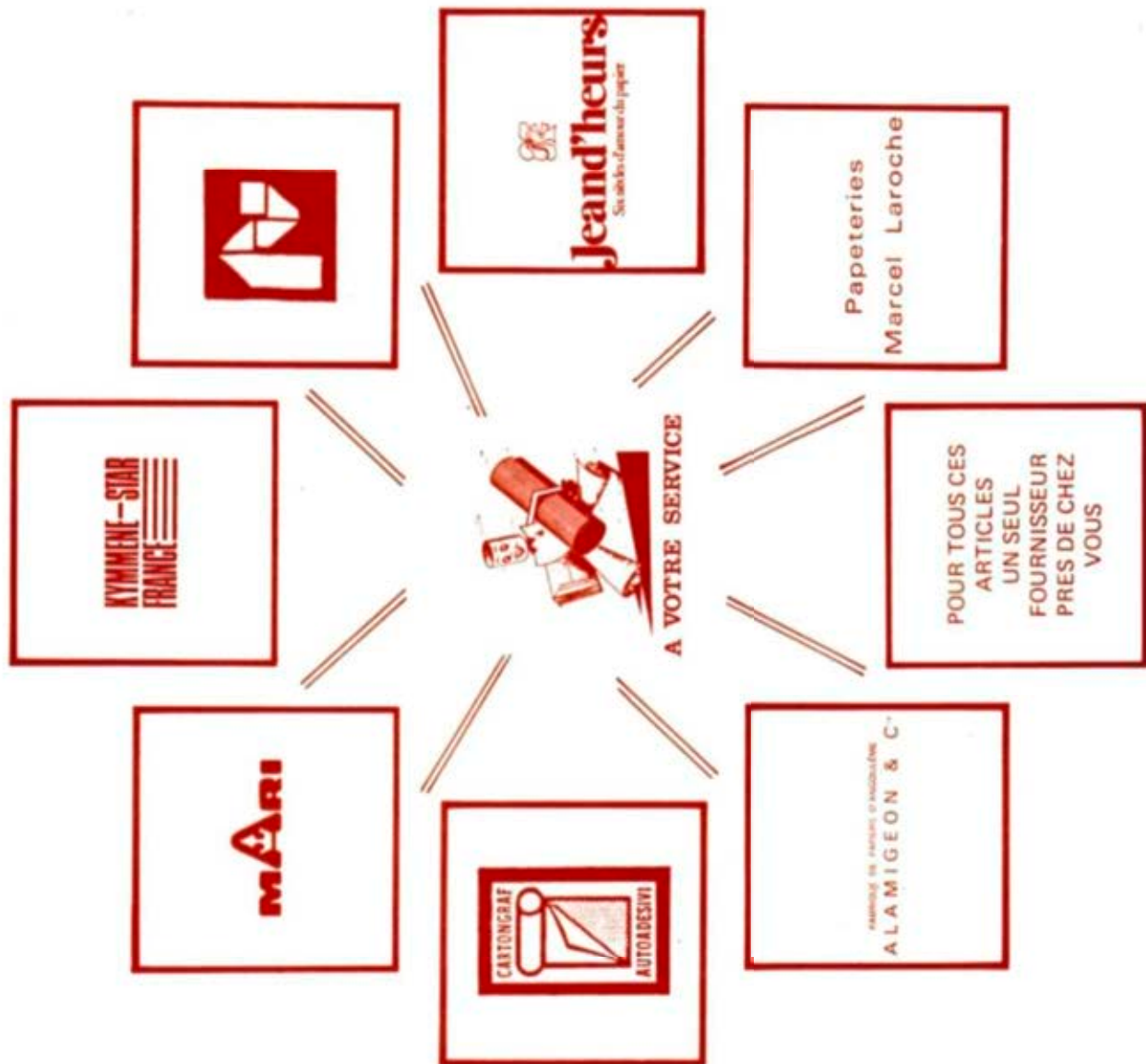
*présente...*





Raphaël  
**Astic**

50, rue Molina Z.I. Montreynaud  
42000 SAINT-ETIENNE  
Tel : (77) 79 64 88  
Téléc. 330683 CHAMCOSTEIN



Catalogue impression écriture

Raphaël  
**Astic**  
présente



**l'emballage en toute sécurité**





Raphaël  
**Astic**

*protégez la nature  
avec vos emballages*



**Astic**  
EMBALLAGE



Raphaël  
**Astic**

*vosre emballage  
en toute sécurité*



# Astic

EMBALLAGE

“ DES PROFESSIONNELS  
POUR VOS EMBALLAGES ”



Caisse carton



Calage et protection



Adhésif - colle



Film de palettisation



Cerclage et agrafage



Sacherie et étiquette



Machine et système d'emballage

*Astic*  
EMBALLAGE



Caisse carton



Calage et protection



Adhésif - Colle



Film de palettisation



Cerclage et agrafage



Sacherie étiquette



Machine et système d'emballage

*Des professionnels  
pour vos emballages*



# Astic

EMBALLAGE

ocopa  
emballage



Caisse carton

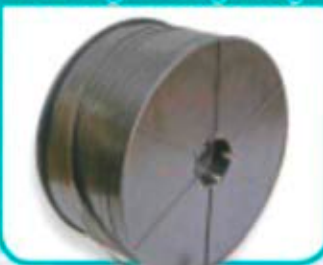
Calage et protection



Adhésif Colle



Cerclage et agrafage



Film de palettisation



Sacherie étiquette

Machine  
et système  
d'emballage



*Des professionnels pour vos emballages*

[www.astic-emballage.com](http://www.astic-emballage.com)

*Astic*  
EMBALLAGE

# LES REUNIONS COMMERCIALES





PROCES VERBAL DE LA REUNION DES AGENTS DE VENTE  
DU 15 NOVEMBRE 1.952

-----

A cette réunion étaient présents:

Monsieur SEURAT (branche impression)  
" GUICHARD ( " emballage ST ETIENNE)  
" GIRARD ( " " CHAZELLES)  
" CHARDON ( " " ST CHAYOND)

Etaient excusés-:

Monsieur GAY de THIERS (malité)  
Monsieur SORS du FUY (à la clinique pour intervention  
chirurgicale)

Tout d'abord, Monsieur ASTIC donne lecture de la lettre d'excuse de Monsieur GAY de THIERS qui dans un paragraphe à un mot réellement gracieux pour tous ses collègues (connus ou inconnus) et entre dans l'exposé de la situation actuelle.

Après un historique du marché des pates, marché très troublé depuis la guerre de COREE, raréfiées dès le début de la guerre de COREE, ensuite un peu plus étoffé par le fait que les Américains ne se portent plus acheteurs de la totalité des tonnages qu'ils prenaient de l'attitude anglaise qui se restreignait, le marché des pates connaît actuellement une pléthore qui a naturellement influé sur le prix des papiers et sur l'attitude générale de la Papeterie.

La baisse du 3 Novembre qui vient de se produire, n'a pas été appliquée dans sa totalité sur toutes les sortes, car pas mal d'usines avaient anticipé la baisse et de ce fait certains prix actuels ne bougent pas, d'où la recommandation de ne pas appliquer sur les tarifs que les agents ont en mains une baisse uniforme de 10% comme on aurait pu le croire, mais de se montrer prudents dans l'attente de la parution des nouveaux tarifs.

En ce qui concerne l'approvisionnement en papeterie, il est actuellement assez rapide, et en ce qui concerne la maison à proprement parler, par suite d'accords avec une usine d'une part et d'autre part, le fait d'avoir pu trouver un local pour stocker l'ondulé les agents de vente sont assurés de manquer ni de Kraft, ni d'Ondulé, dans les 3 qualités et dans toutes les laizes.

Monsieur ASTIC est heureux de signaler ce résultat, il y a longtemps qu'il y travaillait et cela doit donner aux agents de vente un petit peu plus de certitude que leurs efforts seront récompensés.

En ce qui concerne l'activité de notre entreprise à proprement parler, il est remis à chaque agent une étude portant sur le tonnage des 3 premiers trimestres 52 et Monsieur ASTIC précise qu'il

...../.....



1952 Réunion commerciale

.....

ne faut surtout pas interpréter d'une façon péjorative certains chiffres qui ont trait particulièrement à Messieurs GAY - SORS et GIRARD qui font partie de la maison que depuis très peu de mois et n'ont pu par conséquent, donner défricher encore tout le terrain, puisque les secteurs qui leur sont confiés sont des secteurs qui ont été abandonnés depuis longtemps.

De toute façon, la progression du tonnage vendue est constante depuis le mois de septembre, malgré naturellement la concurrence acharnée de tous les collègues, soit stéphanois, soit en provenance de LYON, et un fait est certain, c'est que depuis le 24 Aout, on a pu constater une reprise assez sérieuse bien que le mois de novembre indique un fléchissement surtout en ce qui concerne l'impression.

Ensuite la parole est donnée aux différents agents pour un tour d'horizon dans leur secteur et Monsieur ASTIC donne lecture du rapport qui a été adressé par Monsieur GAY de THIERS sur la situation actuelle de la coutellerie.

A THIERS les professions qui se rattachent au commerce de la coutellerie ont subi en 1952, une crise assez sévère; parfois les ventes atteignent seulement 50% du chiffre d'affaires réalisé l'année précédente. Les grosses entreprises sont favorisées parce qu'elles peuvent compter du matériel puissant qui leur permet de lutter avec la concurrence par suite d'une grosse production, par contre les petites entreprises artisanales ou de faibles importances se sont vués parfois dans l'obligation de fermer.

D'autre part, Monsieur GAY cite un fait qu'à priori personne n'envisageait, c'est-à-dire le coup meurtrier porté au rasoir ordinaire par la création du rasoir électrique.

En résumé, Monsieur GAY estime franchement, que l'industrie de la coutellerie thiernoise est en décadence par rapport à l'esor qu'elle a connu ces dernières années.

Après Monsieur GAY, Monsieur CHARDON de ST CHAMOND estime que le secteur est devenu un peu meilleur mais que dans la tresse, qui représente somme toute la grosse activité st-chamonoise, cette industrie a subi un peu avant les congés une très forte dépression puisque les maisons ne faisaient que 36 heures et même certaines ont fermé pendant 1 mois 1/2. Depuis les congés il semblerait que l'activité est repartée à fond, les firmes font actuellement 40 heures et l'on peut dire que la tresse travaille. Naturellement la concurrence se fait sentir à ST CHAMOND comme ailleurs, il semblerait que la G.B.M.F.A. qui a le besoin de garnir ses carnets d'ordres, a un peu bradé à n'importe quel prix, Monsieur CHARDON signale un sulfite à 165, l'échantillon remis ne vaut peut-être pas plus mais il est expédié franco, toutes taxes perçues.

La concurrence lyonnaise n'a pas l'air de peser beaucoup sur le secteur de ST CHAMOND, contrairement à ce que Monsieur GAY signale de

...../.....



1952 Réunion commerciale

.....  
THIERS.

Il y a à ST CHAUMOND même une concurrence locale, en l'espèce la concurrence de Monsieur CHAVANNE qui est un cartonnier et qui naturellement peut se permettre de faire des prix réellement bas sur les papiers puisque c'est le cartonnage qui supporte le gros des frais généraux de son entreprise.

Monsieur CHARDON fait également remarquer que nous arrivons à la fin de saison et que pour des raisons d'inventaire, les achats sont maintenant reportés après janvier.

Monsieur GIRARD de CHAZELLES fait également le tour d'horizon de son secteur; CHAZELLES a connu une très mauvaise période jusqu'en Mai, mais à la Toussaint il y a eu un travail formidable; actuellement à nouveau il semblerait qu'il y a une régression assez sensible.

Monsieur GIRARD signale un fait qui lustre très bien les évolutions dans les méthodes d'emballage puisque CHAZELLES qui utilisait autrefois énormément de Kraft pour ses emballages n'en utilise pratiquement plus, cet article est détrôné actuellement par la caisse américaine, et comme il le fait si pittoresquement remarquer, ce n'est pas par la vente de rouleaux de papier gommé, que l'on peut attraper le tonnage qui se faisait en matière de kraft.

D'autre part, la chapellerie n'utilise pas du tout d'ondulé, Monsieur GIRARD signale également le même fait que Monsieur CHARDON, c'est à-dire que nous rentrons actuellement dans la période des inventaires et que beaucoup de firmes s'efforcent de tenir jusqu'à la fin de l'année avec le stock dont elles disposent.

Monsieur GUICHARD de STETIENNE, fait également le tour d'horizon et note que certaines industries reprennent leur activité, d'autres telles que le cycle baisse lamentablement et semblerait définitivement condamné le tissu élastique a travaillé avec quelques nouveautés, telles que les ceintures élastiques pour femmes, que l'on a pu voir en grande quantité cet été. Quant aux rubans ils ne se redressent pas et Monsieur GUICHARD fait ressortir que ce n'est que par une heureuse organisation du travail qu'il a pu drainer des commandes en utilisant le fait que profitant de la baisse il a pu remettre aux clients des prix qui comparativement aux prix payés chez le concurrent 6 mois auparavant plaçaient la maison d'une façon parfaite.

Monsieur ASTIC fait ressortir alors à ce sujet que confirmant l'organisation de mise sur pied du travail par Monsieur GUICHARD une erreur fréquente chez les représentants qui consistent à délaisser le petit client; or le petit client est certainement le client le moins visité, puisque tout le monde a la tentation évidemment de la grosse affaire, et en résultante, il vaut mieux parfois 2 commandes de 50 K qu'une de 100K il en vaut certainement souvent mieux 10 de 100 qu'une de 1.000, à tous les points de vue, tant au point de vue de la maison qu'au point de vue du



1952 Réunion commerciale

.....  
Bénéfice réel des agents, et pour encourager les agents à prospector également cette petite clientèle, somme toute c'est notre travail, Monsieur ASTIC précise qu'il a décidé à partir du 1<sup>er</sup> Novembre de modifier les taux de commissions se basant sur le fait que le tarif de Kraft qui prévoit une tranche de 500 à 1000 K° pour permettre d'enlever des affaires un peu plus substantielles et d'un prix naturellement un peu plus tiré ne comporte qu'une commission de 4%, l'échelonnement des taux de commissions sera dorénavant pour les articles d'emballages; à l'exclusion de l'ondulé et des krafts gommés dont il n'a pas encore trouvé la formule qui lui paraisse satisfaire tout le monde, fixé aux taux suivants:

Pour la tranche de 0 à 100 K°.....	6%
100 à 250 K°.....	5%
250 à 500 K°.....	5%
500 à 1000 K°.....	4%

Poursuivant le programme fixé pour cette journée, on en arrive aux sortes demandées.

Il n'y a pas de demandes portant sur des articles très spéciaux et il est signalé aux agents de vente, que dorénavant il y aura une nouvelle sorte en magasin, un simili-kraft dont le prix représentera environ 32-33 frs de moins au K° sur la base de 100 K° que le Kraft "ELEPHANT" actuel. Il est quand même d'une bonne tenue les échantillons en sont remis et il est prévu en:

65/100 56 Grs. 65/100 72 Grs. Rouleaux de 100 et 120cm 72 Grs.

La mise en place de cette nouvelle sorte est prévue dans la 1<sup>re</sup> quinzaine du mois de Décembre.

Egalement quelques nouvelles teintes en Faroheminé couleurs vont être mises en stock, en plus du rose, du bleu, du vert, primitivement prévus, il sera ajouté le canari, l'orange et le bleu foncé, ces teintes devant convenir peut-être davantage au secteur de ST CHAMOND.

Un coup d'oeil est jeté sur les prix de la concurrence; ils n'apprennent rien de bien nouveau, il y a d'une façon générale 3 grandes maisons qui font de la perturbation sur les prix: ce sont les Papeteries NAVARRE pour le papier d'impression, la C.E.M.P.A. pour l'emballage et les Cartonneries de la ROCHETTE pour le carton.

Cette façon a toujours été la leur depuis longtemps et Monsieur ASTIC fait remarquer qu'il faut vivre avec ses infirmités.

A la demande qui est faite, si les services de vente estiment qu'il faut prévoir, pour toutes les sortes, une tranche de 500 à 1000 K°, la réponse est négative, mieux vaut conserver pour les Krafts-Similis-Krafts et Krafts "Eléphant" cette tranche car somme toute ce sont les seuls articles sur lesquels on peut trouver des commandes un peu rondes.



.....  
Ensuite l'organisation intérieure de la Maison est expliquée  
Monsieur ASTIC fait ressortir l'organisation de la Maison qui comporte es  
gras

Deux dames secrétaires Une spécialement destinée au courrier  
et une autre plus spécialement attachée à la facturation et à l'état des  
stocks.

Du côté homme, il y a un livreur, un magasinier, Monsieur  
ASTIC Fils s'occupant plus particulièrement des expéditions et des col-  
lections d'échantillons.

Il tient à souligner le bon esprit général qui règne et le  
dévouement que tout le monde apporte à la cause commune pour faire marcher  
tous ensemble l'affaire.

ECHANTILLONNAGE - Cette partie fait l'objet d'un échange de  
vue très intéressant. Il est précisé qu'un carnet de Kraft Eléphant est  
en cours de préparation, la maquette est montrée et à la demande de savoir  
si les agents de vente considéraient comme utile de créer un carnet bien  
présenté de toutes nos sortes d'emballage; la réponse est affirmative,  
donc ce carnet sera dans les jours prochains mis en exécution, il faut  
cependant prévoir un certain délai pour sortir.

En ce qui concerne la publicité, les buvards ont été très  
appréciés; ils constituent de l'avis unanime une publicité qui doit  
rapporter et au sujet de la présentation, Monsieur ASTIC fait également  
part d'une idée qu'il a actuellement à l'étude, à savoir la nouvelle  
formule de présentation de collections d'échantillons pour le représen-  
tant, de façon à ce que lorsqu'il se présente chez la clientèle il est  
réellement quelque chose de confortable et sympathique à présenter. Tout  
cela est également une question de prix de revient, le principe en est  
décidé, si le coût en est pas trop élevé.

Aucun agent de vente n'a de reproches à faire sur des points  
particuliers et sur l'étude de la publicité se termine la séance de tra-  
vail en commun du matin. Il est l'heure d'aller déjeuner et un déjeuner  
assez agréable nous réunit tous, jusqu'à 3 heures de l'après-midi où  
Messieurs GIRARD de CHAZELLES et BHARDON de ST CHAMOND font en particu-  
lier le tour de leurs secteurs. En résumé, bonne journée qui a indiscu-  
tablement resserré les liens qui unissaient les services de vente et la  
direction et il est noté à ce sujet que Monsieur GIRARD a fait une pro-  
position lorsque les beaux jours reviendront, c'est que nous nous retrou-  
vions tous à CHAZELLES où il aura l'occasion de nous faire voir une  
chapellerie en pleine action; il paraîtrait que cette visite en vaut réel-  
lement la peine, bonne note en est prise et le mois de mars vraisemblable-  
ment nous retrouvera tous à CHAZELLES.



NOTE AUX AGENTS

- - - - -

COURBE DES PRIX DU KRAFT ELEPHANT-TRANCHE 100 à 250 K°  
 ROULEAUX 72 - 90 GR8 - PRIX HORS TAXES

- - - - -

1 <sup>o</sup> AVRIL 1950.....	71	Fr8
1 <sup>o</sup> JUILLET 1950.....	70	Fr8
9 OCTOBRE 1950.....	95	Fr8
1 <sup>o</sup> FEVRIER 1951.....	129	Fr8
1 <sup>o</sup> AVRIL 1951.....	151	Fr8
1 <sup>o</sup> JUILLET 1951.....	174	Fr8
7 NOVEMBRE 1951.....	217	Fr8
1 <sup>o</sup> JANVIER 1952.....	249	Fr8
29 JANVIER 1952.....	217	Fr8
1 <sup>o</sup> MARS 1952.....	175	Fr8
15 SEPTEMBRE 1952.....	132	Fr8
3 NOVEMBRE 1952.....	115	Fr8

Cette courbe montre d'une façon absolument irréfutable la difficulté de direction dans une affaire dont les prix sont aussi changeants et aussi sensibles aux conjonctures internationales. Il est à remarquer que même en la période actuelle, nous ne sommes pas encore revenus au cours du mois d'octobre 1950 qui était le cours immédiat après le déclenchement des hostilités de COREE.



ETUDE PORTANT SUR LE TONNAGE DES TROIS  
PREMIERS TRIMESTRES DE 1952

Le tonnage global livré par le magasin, est de: 165.427 K° se répartissant comme suit:

	<u>EMBALLAGE</u>	<u>IMPRESSION</u>
I° TRIMESTRE.....	28.579?	36.091
2° TRIMESTRE.....	23.390	26.130
3° TRIMESTRE.....	<u>23.430</u>	<u>27.807</u>
	75.399	90.028
TOTAL GENERALE.....	<u>165.427 K°</u>	

La part de l'activité proportionnelle des différents agents, est la suivante, en ce qui concerne la branche emballage, la seule qui soit étudiée ce jour, étant donné que la branche impression qui est toute entre les mains de Monsieur SEURAT, n'intéresse pas la réunion de ce jour.

A) Chiffre global des trois trimestres:

	<u>TONNAGE</u>	<u>POURCENTAGE</u>
Monsieur GUICHARD.....	48.544	64,60%
" SEURAT.....	11.108	14,70%
" GIRARD.....	363	0,50%
" COURBON.....	99	0,10%
" GAY.....	391	0,50%
" CHARDON.....	5.368	4,50%
Sans affectation.....	11.318	15,10%

Si nous étudions trimestre per trimestre, le tonnage et le pourcentage se présentent, comme suit:

I° TRIMESTRE -

	<u>TONNAGE</u>	<u>POURCENTAGE</u>
Monsieur GUICHARD.....	16.244	56,80%
" SEURAT.....	3.700	12,90%
" GIRARD.....	91	0,30%
" GAY.....	Néant	
" CHARDON.....	1.788	6,30%
Sans affectation.....	6.157	37,70%

.....



.....  
2° TRIMESTRE -

	<u>TONNAGE</u>	<u>POURCENTAGE</u>
Monsieur GUICHARD.....	14.219	60,80%
" SEURAT.....	3.108	13,30%
" GIRARD.....	272	1,20%
" COURBON.....	99	0,40%
" GAY.....	98	0,40%
" CHARDON.....	1.580	6,70%
Sans affectation.....	4.014	17,20%

3° TRIMESTRE -

	<u>TONNAGE</u>	<u>POURCENTAGE</u>
Monsieur GUICHARD.....	18.281	78%
" SEURAT.....	4.300	18,40%
" GIRARD.....	Néant	
" COURBON.....	8	
" GAY.....	295	1,30%
" CHARDON.....	Néant	
Sans affectation.....	548	2,30%



1952 Réunion commerciale



ANNEE	M. GUICHARD		M. CHATELAIN		M. GIRARD		M. M...		Sans affectation	
	Tonnage:	%	Tonnage:	%	Tonnage:	%	Tonnage:	%	Tonnage:	%
1952	75.774	68,88	3.982	3,62	424	0,39			29.823	27,11
1953	109.524	73	6.907	4,68	259	0,17	824	0,55	32.501	21,68
1954	135.610	73,64	6.185	3,36	307	0,17	503	0,27	41.552	22,56

-----

ANNEE	TONNAGE TOTAL	TONNAGE IMPRESSION	TONNAGE EMBALLAGE	TONNAGE MOYEN MENS TOTAL	TONNAGE MOYEN MENS. IMPRESSION	TONNAGE MOYEN MENSUEL EMBALLAGE
1952	241.677	131.674	110.003	20.140	10.973	9.167
1953	292.036	142.021	150.015	24.336	11.835	12.501
1954	304.014	119.857	184.157	25.335	9.988	15.346

-----



1952 Réunion commerciale



A/ O.D.P. - chiffre personnel augmente de .. 2.040.876, augmentation couverte presque en totalité par l'adhésif (+ 1.627.790).

L'impression-écriture progresse de 883.197  
L'emballage recule de 470.111

B/ TONNAGE : l'ensemble commercialisé s'est élevé à 545.536 K<sup>g</sup> pour un chiffre HORS TAXE de 91.087.544 AF soit une augmentation de tonnage de 69.543 K<sup>g</sup> pour une augmentation de chiffre de 10.580.422. A noter que le carton qui n'existait pas l'an dernier ressort pour 86.613 K<sup>g</sup>.

Toutes choses comparables :

TONNAGE GENERAL 1961	....	475. 993 K <sup>g</sup>
" " 1962	....	458. 923 K <sup>g</sup>
soit UNE PERTE	....	17.070 K <sup>g</sup>
se décomposant comme suit	O.D.P.....	10.290 K <sup>g</sup>
	USINES....	6.780 K <sup>g</sup>

=====

Le tonnage O.D.P. subit les fluctuations suivantes :

- 84 K<sup>g</sup> en IMPRESSION-ECRITURE
- 9.876 K<sup>g</sup> " EMBALLAGE
- + 1.510 K<sup>g</sup> " KRAFT
- 1.840 K<sup>g</sup> " ONDULE

à l'analyse de ces chiffres on peut conclure :

IMPRESSION-ECRITURE baisse tonnage usine qui peut se compenser dans l'année.

CARTON : augmente le tonnage commercialisé sans profit comparable.

La chute de l'emballage autre que le Kraft indique nettement, une modification dans le conditionnement : un palliatif à rechercher.

L'augmentation KRAFT, malgré la concurrence indique une bonne implantation de clientèle. S'accrocher aux gros ordres.

La chute de l'ONDULE est à surveiller mais n'indique pas compte tenu de l'attitude du KRAFT, que les ravages de la caisse ondulé aient augmentés en grosse proportion. est-ce une question de prix ?

=====

#### CONCLUSION

- 1<sup>o</sup>) forcer sur l'ADHESIF.
  - 2<sup>o</sup>) surveiller les gros clients kraft, s'appuyer sur le STAND KRAFT.
  - 3<sup>o</sup>) chercher de nouveaux produits : cellophane- polyéthylène.
  - 4<sup>o</sup>) étendre le rayon d'action.
- 
- 5<sup>o</sup>) en IMPRESSION-ECRITURE, il faut absolument forcer les ventes stock surtout en VIZILLE.
  - 6<sup>o</sup>) rechercher en IMPRESSION-ECRITURE, les fabrications.

=====



A PARTIR DU 1/7/1978

A- PRIMES DE NOUVEAUX PRODUITS CHEZ UN CLIENT DEJA EXISTANT :

20 % de commissions supplémentaires lors de la première vente du nouvel article. Exemple : une commission de 3% devient 3,6 %.

B- PRIMES DE SURVENTE

1 % par colonne de tarif par rapport à la quantité vendue (Ex : 500 Kgs d'ONDULE vendu au prix de 100 Kgs, 2 % de commissions supplémentaires sur le taux appliqué normalement).

En contrepartie, toutes nouvelles commandes prises à un tarif inférieur à la colonne H sera à commissions réduites ; les conditions anciennes appliquées au client étant sans changement.

Ces deux primes seront calculées par le représentant et sous sa responsabilité. Il devra pouvoir en justifier à tout moment.

C- PRIMES DE FIDELITE et D'AUGMENTATION CLIENT

Un Bonus-Malus sera appliqué d'après la grille établie une fois par an d'après le volume et le nombre de clients T.T.C. Les bases seront ré-évaluées tous les ans d'après une moyenne des indices des différentes familles de produits concernés.

<i>C. A. Annuel TTC</i>	<u>CLIENT PERDU</u>	<u>CLIENT GAGNE</u>
	MALUS	BONUS
- 1000	7	5
1000/2500	15	10
2 500/5000	30	20
5000/10000	75	50
10000/25000	150	100
25000/50000	375	250
+ DE 50000	700	500

.../...



1978 Incentives commerciale



EXEMPLES

19	<u>ANNEE</u>	<u>197x</u>	<u>197x + 1</u>	<u>MALUS</u>	<u>BONUS</u>
- 1000		51	38	91	
1000/2500		38	45		70
2500/5000		26	32		120
5000/10000		19	21		100
10000/25000		9	12		300
25000/50000		5	8		750
+ 50 000		4	5		500
					<hr/>
					1 840
					91
					<hr/>
					1 749

PRIME : 1 749 F

20	<u>ANNEE</u>	<u>197x</u>	<u>197x + 1</u>	<u>MALUS</u>	<u>BONUS</u>
- 1000		98	51	329	
1000/2500		64	38	390	
2500/5000		27	26	30	
5000/10000		16	19		150
10000/25000		12	9	450	
25000/50000		8	5	1125	
+ 50 000		1	4		1500
				<hr/>	<hr/>
				2 324	1 650

DONC AUCUNE PRIME

-:-:-:-:-



1978 Incentivescommerciale



