

**Rapport de Stage de Fin d’Etudes**

 ****

**Pour l’obtention du**

**Bachelor**

**ESDES BUSINESS SCHOOL LYON**

**France**

****

**En**

**International Business Program**

**Réalisé par : De Saint-Eudes Sakala**

**Octobre** 2017

Sommaire

Remerciement………………………………………………………3

Première partie :

Introduction………………………………………………………...4

Deuxième partie :

Présentation de L’entreprise

A-L ’Entreprise ……………………………………………………5

B-Domaines d’activités …………………………………………..8

C- Mission confié au sein de L’entreprise…………………….15

III-Conclusion …………………………………………………....20

**Remerciements**

Pour commencer, je remercie Dieu, le tout puissant pour m’avoir donné la force et la volonté d’accomplir ce travail.

 Toutes les personnes qui m’ont apporté leur aide et qui ont contribué ainsi à l’élaboration de ce Rapport de stage.

Mes Parents : André SAKALA et Jeanne MAKOSSO pour leur soutien multiforme, et leur amour.

Monsieur Pierre BELLEROSE, directeur général de la société BOLLORE Congo.

Madame Katjline VERSCHAEREN, directrice du département commerciale, pour son accueil et sa disponibilité.

Mes maitres de stage : Jocelyne GOMEZ, Na-Tsy LENATE, Carine ATSO et Yannick DIAGOU pour leurs nombreux et pertinents conseils tout au long du stage, qui ont grandement contribué à la qualité du travail accompli et du retour d’expérience. Aussi, pour les nombreuses tâches confiées et la confiance accordée.

1. **Introduction :**

Aujourd’hui le commerce évolue de plus en plus au niveau international. De nombreuses entreprises de production de biens et services développent des marchés sur plusieurs pays.

Cette évolution entraine donc le transport massif de marchandises (plis, colis…) d’un point X à un point Y tant sur le plan national qu’international.

Ainsi donc l’objectif du transport maritime international est de transporter.

Le transport de bien sera donc notre souci majeur, de l’entrepôt du fournisseur ou du port d’embarquement jusqu’à l’entrepôt du client ou au port de débarquement.

Pour mieux organiser donc ces opérations, la mise en place d’un système logistique efficace et efficient est nécessaire.

Le terme logistique a connu récemment un développement très important. Comme elle est un élément d’efficacité et de rentabilité dans les relations commerciales, elle exige la mise en œuvre d’un certains nombres de participants.

Il est important de noter qu’il peut y avoir parfois quelques difficultés en cas d’une mauvaise coordination, des retards douaniers ou encore des normes incompatibles.

Les services logistiques des entreprises aident à résoudre ces problèmes afin de réduire les couts liés au transport pour le client.

Cependant une question se pose. Quels sont les moyens et les techniques mis en place par les entreprises afin de résoudre les problèmes liés au transport pour le client ?

Cet ainsi donc que nous allons procéder tout au long de notre travail :

* Dans un premier temps nous présenterons le groupe Bolloré.
* Dans un deuxième temps nous parlerons de leur domaine d’activité
* Aussi, nous parlerons de la mission qui m’a été confié au sein de l’entreprise durant tout mon stage
* Enfin, nous allons apporter une réflexion globale et générale afin de répondre à notre problématique.

En effet, elle est indispensable aujourd’hui dans toutes les entreprises en raison de la complexité croissante des flux de marchandises dans cet environnement plus ouvert et concurrentiel.

1. **Présentation de l’Entreprise :**
2. **L’Entreprise :**

Créé en 1822, Bolloré est un groupe français international dirigé par Vincent BOLLORE.

Le groupe est dans le Top 10 mondial, est N° 1 en France et en Afrique et figure dans le Top 5 en Europe. Coté en bourse, il est toujours majoritairement contrôlé par la famille Bolloré. La stabilité de son actionnariat lui permet de mener une politique d’investissement à long terme.

Grace à sa stratégie de diversification basée sur l’innovation et sur le développement à l’international, il occupe aujourd’hui des positions fortes dans chacune de ses activités.

En 2016, le groupe Bolloré c’est :

* 59 411 collaborateurs dans le monde
* 1 600 000 M2 d’entrepôts
* 580 000 Tonnes de Fret aérien
* 10 076 millions d’euros de chiffre d’affaires
* 588 millions d’euros de résultat net
* 10 281 millions d’euros de capitaux propres

Le groupe est présent sur les cinq continents avec 601 agences réparties dans 105 pays.

En Europe, Bolloré Logistics compte aujourd’hui plus de 5 700 dans les principaux pays européens. En 2015, l’Allemagne et le Royaume-Uni ont connu un fort développement, tout comme la filiale en Espagne récemment créée. Des développements sont également en cours dans les pays Nordiques, en Europe Centrale et de l’Est avec l’ouverture récente d’une filiale en Autriche. Les agences logistiques et portuaires du groupe sont présentes en France à Dunkerque, Rouen, Montoir/Saint-Nazaire, la Rochelle et les dix ports de proximités.

En Asie, Bolloré Logistics est présent dans 24 pays et emploie 4 000 collaborateurs. L’année 2015 a été marquée par une forte progression de l’activité logistique à Singapour et Hong Kong ainsi qu’un développement de l’axe Asie-Afrique.

En Afrique, Bolloré Logistics intègre de façon croissante le métier de commission de transport au seins de 46 pays parmi lesquels nous pouvons citer : le Congo Brazzaville, le Maroc, la Tunisie, le Cameroun, le Gabon, l’Afrique du Sud…

Au Congo Brazzaville, le Groupe Bolloré est présent depuis plus de 50 ans et compte aujourd’hui près de 1645 collaborateurs directs et 1350 indirects.

Il est aussi un operateur portuaire de tout premier plan, par la gestion du terminal à conteneur Congo Terminal dans le cadre d’un partenariat public-privé.

Enfin, le groupe Bolloré est spécialisé dans la logistique de projets industriels et propose des solutions multimodales sur mesure pour le comptes des grands opérateurs internationaux dans les secteurs clés.**A-I- Organigramme de Bolloré Logistics Congo :**

**A-II – Des Solutions Multimodales :**

Le Groupe Bolloré offre par le biais de ses entités et de ses représentations une large gamme de services diversifiés :

* Concession Portuaire : Congo terminal est la première plateforme de transbordement d’Afrique Central, accompagne la progression du trafic national avec environ

600 000 Teus traités en 2016. Doté d’une surface exploitable de 35,1 ha, d’un tirant d’eau à -15 m des quais agrandis à 800 m et des équipements novateurs, le terminal à conteneurs fait du port de Pointe-Noire, un port à références aux standards internationaux.

* Logistique et Transport : Acteur majeur dans tous les transports sur longues distances, leurs équipements ainsi que leur expertise leurs ont permis de réaliser en 2016 au Congo Brazzaville, 41 opérations de levages et de manutentions exceptionnelles, 59 convois de transport vers l’intérieur du pays ou vers les sous-régions.
* Service Express : Bolloré achemine et livre des colis et des documents en express dans le monde entier à travers leurs deux entités qui sont SDV Express Service et Saga Express : 26 511 plis et colis en 2016.
* Manutentions portuaire : Expert dans le stevendoring, Bolloré traite chaque année au Congo plus de 790 000 tonnes de marchandises à l’import comme à l’export.
* Agences de voyage et de tourisme : Leur espace voyage offre tous les services pour voyager à l’intérieur du pays et à travers le monde entier avec plus de 21 000 émis en 2016. Doté de 5 bus et d’une expertise inégalée, il assure également une assistance voyage complète.
* LINK, une plateforme collaborative :

Un des facteurs clés de leur expertise est la coordination de multiples acteurs de la chaine logistique. La plateforme collaboratrice web et mobile LINK a pour avantage de faciliter, accélérer, digitaliser et sécuriser les flux d’information entre les intervenants par tous les canaux de communication

|  |  |
| --- | --- |
| **TRACK & TRACE**  | **GESTION DES OPERATIONS** |
|  -Suive et expéditions de bout en bout-Traçabilité multi-flux par référence client-Documentations en lignes

|  |
| --- |
|  |
|

 | -Gestion des commandes-Gestion des Bookings-Gestion des catalogues-Visibilité des produits |
|
|
|
|
| **GESTION DES PARTENAIRES** | **REPORTING****ET****COMMUNICATION** |
| -Preuve de livraison sur Smartphone-Auto-référencement des transporteurs-Prise de rendez-vous en ligne**-** | -Reporting analytique\*-Portail web protégé-Cotation de fret en ligne -Facturations et paiement en ligne  |
|
|
|
|

1. **Domaines d’activités de l’Entreprise :**

Le Groupe Bolloré dont la stratégie est basée sur la diversification, sur l’innovation et sur le développement à l’international, occupe aujourd’hui des positions fortes dans chacune de ses activités rassemblées autour de trois pôles :

* Le transport et la Logistique
* La Communication
* La Distribution de l’Energie
1. **Le transport et la Logistique :**

Croissance interne, acquisitions, alliances stratégiques… Le Groupe Bolloré s’est constitué un réseau puissant. Aujourd’hui, ils poursuivent leur déploiement de leurs structures opérationnelles dans cinq grandes régions (Afrique, Amérique, Europe, moyen Orient, Asie pacifique). Avec des équipes responsabilisées et des structures situées sur les principaux hubs portuaires et aéroportuaires ils garantissent à tous leurs clients un service de proximité, une parfaite connaissance des marchés et un contrôle de bout en bout de la chaine logistique 24H24, 7J7.

Aussi, Bolloré Logistics répond à la demande des importateurs et exportateurs. Des grands groupes pour lesquels ils opèrent des solutions complexes de pilotage de supply Chain aux aux entreprises individuelles qui leurs confient leurs expéditions internationales, l’offre globale Bolloré Logistics est construite autour d’un savoir-faire complet et intégré regroupant domaines de services :

1. **Transport multimodal :**

Du groupage à l’affrètement, ils disposent de solutions efficaces pour gérer les flux dans le strict cadre des contraintes de délai, de couts et des produits :

* Transport aérien : expéditions en vols directs et lignes de groupages ; transports urgents ; affrètement
* Transport maritime : Conteneurs complets(FCL/FCL) ; Solutions de groupages (LCL/LCL) ; Operations de fret conventionnel ; affrètement
* Transport terrestre : transport routier ; transport fluvial ; transport ferroviaire en Afrique

Ces services sont réalisés grâce à un panel de transporteurs référencés (compagnies aériennes, maritimes, transporteurs routiers), rigoureusement sélectionnés, leur permettant de remplir leurs engagements de services au meilleur cout. Enfin, grâce à des plateformes de consolidation aériennes et maritimes Bolloré logistics sur tous les hubs intercontinentaux visant à optimiser les flux et massifier les volumes de fret.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **TRANSPORT MULTIMODAL** |
|
| **Aérien** | **Maritime** | **Terrestre** |
|
| **Avantages** | -Délai de livraison court-Mode de transport sur-Régularité des vols permettant la planification des livraisons  |  -Fret maritime peu couteux-Possibilité de stockage de marchandises dans la zone portuaire-Nombreuses zones géographiques accessibles | -Moyen de transport direct-Moins de manutention-Délais de transit plus court  |
|
|
|
| **Inconvénients** | -Risques d’accidents-Fret aérien très couteux-Ne convient pas à toutes les marchandises-Risques d’accidents | -Délai de livraison important-Assurances et emballages couteux-Difficile de surveiller l’emplacement exact des marchandises en transit | -Couteux -Délai de livraison assez important-Pas recommandé pour les longues distances -Restriction sur les temps de conduite |
|
|
|

1. **Douane et conformité réglementaire : Un atout pour la fluidité de la chaine logistique :**

Performance des opérations douanières, parfait respect des obligations en matière de sécurité et sûreté du fret : telles sont les conditions de la fluidité de la chaine logistique de Bolloré Logistics. Enfin, l’une des principales forces de Bolloré Logistics est d’être considéré comme un partenaire de référence par les différentes administrations douanières :

* Conseils personnalises : analyse des flux douaniers, expertise multi-domaines (réglementaire, procédures et régimes douaniers)
* Prise en charge des opérations douanières d’A à Z
* Sécurité et sûreté du fret assuré par les certifications OEA en Europe et C-TAPT aux Etats-Unis…
1. **La Logistique :**

Bolloré Logistics possède des entrepôts stratégiquement implantés et adaptés aux contraintes de produits pour plus de flexibilité et un accès facilité aux entrepôts.

En Afrique, ils conçoivent des schémas logistiques adaptés en fonction de chaque pays, ainsi qu’une stratégie des hubs panafricains incluant le stockage et la distribution

* Solutions multi-sites, multicanal, multi-secteurs
* Gestion des stocks et préparations des commandes
* Centre de distribution (flux import consolidés, livraisons aux clients finaux)
* Gestion des retours
1. **Global Supply Chain :**

La supply Chain est un enjeu majeur de différenciation et de compétitivité. A l’heure où les marchés évoluent à toute vitesse et ou les réseaux se complexifient, les clients souhaitent rationaliser les opérations ou transformer en profondeur leur organisation logistique dans une démarche d’externalisation logistique.

C’est pourquoi Bolloré a lancé la Global Supply Chain :

* Des solutions à fort contenu de valeur dont la réalisation est assortie d’un engagement de résultat
* Des solutions évolutives, continuellement optimisés en termes de couts avec l’utilisation de moyens Bolloré Logistics pour la majorité des besoins et d’un réseau de sous-traitants
* Des solutions fiables et réactives, coordonnées par des tours de contrôle Bolloré Logistics situées à proximité des clients.
1. **La Communication :**

Bolloré a constitué ces dernières années un pôle autour de la publicité et de la communication, il est devenu un acteur important dans les médias, la production audiovisuelle et la presse. En plus de sa participation importante dans *Havas* qui est l’un des plus grands groupes mondiaux de conseils en communication,

Bolloré possède aussi une filiale Bolloré Média qui est aussi un acteur important de la presse gratuite. Bolloré a également investi dans la production audiovisuelle, en rachetant en 2001 la société Française *Euro Media France.*

1. **La Distribution de l’Energie :**

L’activité de distribution d’énergie représentait 32% du chiffre de Bolloré en 2007.

Il développe son activité de distribution d’énergie et de logistique pétrolière en Allemagne, en Suisse et en France avec sa filiale Bolloré Energy.

Bolloré Energy est le premier distributeur indépendant français avec plus de 100 agences, il assure la distribution de fioul domestique et d’autres produits pétroliers auprès de 400 000 clients, particuliers et professionnels.

Aussi, fort dans les domaines de stockage de produits pétroliers, Bolloré Energy développe une offre de prestations de service à destination des sociétés de pipeline et de stockage à l’international.

1. **Missions confiées au sein de l’Entreprise :**

Durant mon stage au sein de l’entreprise Bolloré Transport & Logistics, la mission qui m’a été confiée était celle d’être le Back-Office commercial.

N’ayant jamais été immerger dans le monde professionnel et face à la complexité de cette mission, j’ai dû m’adapter et m’organiser rigoureusement afin de mener à bien ma mission.

En effet, être Back-Office commercial au sein d’une grande entité comme Bolloré Transport & Logistics, c’est aussi être à cheval entre le département commercial et le département financier, mais surtout, être plus souvent sur le terrain.

Afin de répondre aux besoins des clients de l’entreprise, j’ai dû travailler étroitement avec les autres départements car j’étais le garant du bon respect des process administratif.

J’étais donc dans l’obligation d’intervenir concrètement sur les tâches comme le suivi de dossiers de bout en bout, la mise à jour des tableaux de suivi…

Toutefois, en prenant du recul, j’ai été en mesure de répondre à trois questions :

* Pourquoi cette mission m’a-t-elle été confiée ?
* Qu’attend-on de moi ?
* Quelles sont les difficultés à anticiper ?
1. **Pourquoi cette mission m’a-t-elle été confié :**

D’abord, être Back-Office commercial suppose de maitriser les outils informatiques (messagerie, traitement de texte, tableur, logiciel commercial...) et de manier les chiffres et les statistiques.

Aussi, avoir un bon sens de l’organisation, mais surtout avoir le gout du contact et être très sociable car, en effet, le Back-Office commercial d’une entreprise est constamment en relation avec différents interlocuteurs. Dans tous ces échanges il doit être à l’aise, avoir le sens de l’écoute, synthétiser et transmettre l’information, savoir argumenter et négocier.

Toutefois, ces qualités et ces atouts je les avais et je pouvais les mettre à contribution.

1. **Qu’attend-on de moi :**

En me confiant la mission d’être le Back-Office commercial, l’entreprise attendait de moi d’être autonome. En effet, il n’était pas question que j’attende que des taches me sois confié.

Ensuite, je devais être capable de prendre des initiatives et proposer des solutions face à certaines situations et savoir gérer une situations délicates (plaintes clients, retard de transmission ou de réception de documentation, etc…)

En effet, je devais constamment prendre des initiatives comme par exemple aller en visite commerciale afin de réaliser des opérations de recouvrement, de suivi de dossier ou de fidélisation, mais surtout de prospect.

1. **Quelles sont les difficultés à anticiper :**

Anticiper des difficultés est plus difficile que cela ne peut paraitre. En effet, les difficultés ne sont jamais du même ordre et les solutions sont toutes différentes.

Il fallait que je sois en mesure d’anticiper des plaintes clients. Pour cela, une connaissance et un suivi régulier des dossiers était nécessaire afin d’éviter tous litiges avec les clients.

Ensuite, il fallait être en mesure d’anticiper les visites des clients dans nos locaux.

Pour cela, être régulièrement en contact avec eux, évite de les déplacer jusqu’à nos bureaux. Aussi, c’est une manière de manifester au client qu’il est important et qu’il a un intérêt pour l’entreprise, car en effet, plus un client se sent important, plus il nous sera fidèle.

Enfin, anticiper les embarquements et débarquements des navires, leurs dates de départ et d’arrivées ainsi que leurs numéros de voyage.

Cette tâche qui au préalable était très complexe, aujourd’hui devient possible grâce aux différents sites de tracking de marchandises qu’ont mis en place CMA CGM et Nile Dutch.

Il était donc possible pour moi d’anticiper le débarquement de navire, transmettre toute la documentation nécessaire à chaque client afin qu’il procède à l’avance aux formalités douanières.

1. **L’importance de ma mission au sein de l’entreprise :**

La mission de back office commercial qui m’avait été confié était très importante. En effet, j’étais constamment au contact du client. Une mauvaise attitude, un mauvais langage, une erreur lors de la transmission des documents ou offre de Fret, un mauvais suivi de dossier pouvaient ternir l’image de l’entreprise car le back office commercial est l’image de l’entreprise.

Face à l’importance de ma mission et sa complexité, j’ai opté pour une méthodologie de travail très simple.

D’abord, j’ai du très vite m’adapter en observant et posant des questions à mes responsables de stage sur le fonctionnement de l’entreprise ainsi que ses horaires de travail.

Ensuite, j’ai dû m’organiser rigoureusement en établissant un planning de travail. Ce planning de travail comportait les différentes taches à effectuées au sein de l’entreprise ainsi que toutes les visites clients. En effet, avoir un planning de travail facilite l’accomplissement de son travail. Nous savons quoi faire, quand le faire et avec qui le faire.

Enfin, je me suis arrangé à toujours transmettre l’information ou répondre aux demandes des clients dans un délai de 48h. En effet, le mécontentement du client se fait savoir, surtout quand il s’agit par exemple d’un retard lors de la transmission des documents, d’un délai de réponse trop long.

Grace à cela, j’ai apporté des résultats plutôt positifs dans l’ensemble, mais surtout, la satisfaction de mes supérieurs et responsables de stages.

S’il y’avait une ou des recommandations à donner afin d’assurer la pérennité des résultats apportés, ce serait : oser et toujours donner le meilleur de soie. Faire du mieux que nous pouvons et exploiter toutes les pistes possibles afin de trouver des solutions.

1. **Conclusion :**

Ce stage pratique au sein de Bolloré m’a été très bénéfique.

J’en ressors grandi et plus mature. En effet, je dois mes réussites dans les tâches accomplies à ma persévérance, mais aussi, à la formation théorique de qualité que j’ai reçue.

J’ai aussi approfondi mes connaissances dans le domaine du transport maritime à l’international.

Aussi, dans le domaine du marketing stratégique. En effet, la réalisation de Booklet mensuel ainsi que les nombreux travaux réalisés sur Microsoft Office Excel m’ont donné un aperçu sur le métier d’Analyste Marketing.

Par contre, à cela je peux ajouter les échecs face auxquels j’ai dû faire face durant tout mon stage. En effet, me voir confié une tache aussi importante dès le début de mon stage a été très troublant et très intimidant. Je manquais d’autonomie et de confiance en soi.

Aussi, mon adaptation fut difficile et j’avais du mal à faire valoir mes connaissances, car en effet je n’osais pas proposer des solutions face à certaines situations.

Aussi, je présentais quelques lacunes dans les domaines scientifiques, mais surtout technologiques (Concerto, Link...)

Des échecs que je peux expliquer par ma non connaissance du métier, mon manque d’expérience dans le monde professionnel mais surtout par le manque d’autonomie que j’avais au départ.

Enfin, afin de résoudre les problèmes liés au transport de marchandises pour le client, les entreprises en mis en place plusieurs moyens et techniques.

Mais, dans un premier temps, il serait primordial de rappeler quels sont les principaux problèmes face auxquels le client fait face.

D’abord, il y’a un problème de documentation, qui est d’ailleurs le plus récurent car, en effet, durant tout mon stage, j’ai plusieurs fois été confronté té à cette situation.

Ensuite, il y’a un problème de mauvais suivi de dossier. Il faut d’ailleurs préciser que ce problème vient plus de l’entreprise que du client. En effet, il est du devoir de l’entreprise, notamment les front et back office commercial d’assurer un suivi régulier et surtout rigoureux des dossiers.

Ensuite, il y’a un problème d’assurance. En effet, les clients ont tendance à ne jamais vouloir payer les frais d’assurance de leurs marchandises. Une assurance qui est généralement calculé en fonction de la valeur de la marchandise.

A cela nous pouvons également ajouter des problèmes de formalités douanières, de surestaries suite au délai dépassé de stockage de la marchandise en dépôt douane ou dans le terminal à conteneur du port de débarquement.

Pour résoudre tous ces problèmes cités, les entreprises ont mis en place plusieurs moyens.

En ce qui concerne d’abord le problème de documentation (retard dans la transmission de docs au client…), il nous avait été recommandé de systématiquement contacté le client dès la réception de ses documents, aussi de le relancer au bout de 24h s’il ne s’est pas manifesté.

En ce qui concerne ensuite le mauvais suivi de dossier.

Au sein Bolloré Logistics par exemple, il a été mis en place le logiciel Link, qui est encore en phase de déploiement auprès de ses principaux clients.

Enfin, en ce qui concerne les problèmes d’assurance. Lors de la vente du FRET, le commercial ou l’assistant commercial inclus les frais d’assurance, et ce à l’insu du client quelques fois afin d’éviter tous conflits en cas de perte, avarie pour les marchandises périssables ou détérioration pour les marchandises fragiles.