|  |
| --- |
| **LEXIQUE SAP** |

Table des matières

[ACOMPTE 1](#_Toc92028935)

[AGENCE COMMERCIALE 1](#_Toc92028936)

[APPEL D’OFFRE 1](#_Toc92028937)

[ARTICLE (Material) 1](#_Toc92028938)

[AVOIR 1](#_Toc92028939)

[BUDGET 1](#_Toc92028940)

[CANAL DE DISTRIBUTION 1](#_Toc92028941)

[CENTRE DE COUT (cost center) 2](#_Toc92028942)

[CENTRE DE PROFIT (Profit Center) 2](#_Toc92028943)

[CLASSE DE VALORISATION (valuation class) 2](#_Toc92028944)

[CLIENT (Customer) 2](#_Toc92028945)

[CODE MOUVEMENT (posting movement) 2](#_Toc92028946)

[Commande d’achat (purchase order) 2](#_Toc92028947)

[COMPTE COLLECTIF 3](#_Toc92028948)

[Demande d’achat (purchase requisition) 3](#_Toc92028949)

[DIVISION (Plant) 3](#_Toc92028950)

[DOCUMENT ARTICLE (material document) 3](#_Toc92028951)

[DOMAINE COMMERCIAL 3](#_Toc92028952)

[DOMAINE DE VALORISATION 4](#_Toc92028953)

[ELEMENT D’OTP 4](#_Toc92028954)

[EMPLACEMENT (Bin) 4](#_Toc92028955)

[ENTREE MARCHANDISE (Goods Receipt) 4](#_Toc92028956)

[GROUPE D’ACHETEURS (Purchasing Group) 4](#_Toc92028957)

[MAGASIN MM (Storage Location) 4](#_Toc92028958)

[MAGASIN WM / EWM 5](#_Toc92028959)

[MANDANT (Client) 5](#_Toc92028960)

[MRP 5](#_Toc92028961)

[NATURE COMPTABLE 5](#_Toc92028962)

[Nomenclature (Bill Of Material) 5](#_Toc92028963)

[OFFRE (Offer) 5](#_Toc92028964)

[ORDRE Interne (Internal Order) 5](#_Toc92028965)

[ORDRE de production / process (production/process Order) 6](#_Toc92028966)

[ORGANISATION COMMERCIALE 6](#_Toc92028967)

[ORGANISATION D’ACHAT (Purchase Organisation) 6](#_Toc92028968)

[PARTENAIRE (Partner) 6](#_Toc92028969)

[PERIMETRE ANALYTIQUE 7](#_Toc92028970)

[PIECE (Posting) 7](#_Toc92028971)

[PLAN COMPTABLE 7](#_Toc92028972)

[POINT DE CHARGEMENT (loading point) 7](#_Toc92028973)

[POSTE DE TRAVAIL (workcenter / resource) 7](#_Toc92028974)

[PROJET (Project) 7](#_Toc92028975)

[QUALIFICATION 8](#_Toc92028976)

[SECTEUR D’ACTIVITE 8](#_Toc92028977)

[SORTIE MARCHANDISE (Goods Issue) 8](#_Toc92028978)

[SOUS-TRAITANT (subcontractor) 8](#_Toc92028979)

[TYPE D’ACTIVITE (activity type) 8](#_Toc92028980)

[TYPE DE MAGASIN (storage type) 8](#_Toc92028981)

ACOMPTEPaiement d'une partie du prix de la prestation avant tout commencement d'exécution. L'avance est vivement conseillée. Souvent la mise en vigueur d'un contrat est liée au versement d'avances.

AGENCE COMMERCIALELes aspects géographiques de l'organisation de la prospection et des ventes sont désignés par le terme agence commerciale. Les agences commerciales peuvent être considérées comme des filiales. Elles sont affectées à des domaines commerciaux. Si vous saisissez une commande client pour une agence commerciale comprise dans un certain domaine commercial, il est nécessaire que l'agence commerciale soit affectée à ce domaine.

APPEL D’OFFREUne consultation est un document enregistré dans SAP destiné à porter à la connaissance d’un fournisseur le besoin à satisfaire et à provoquer son offre en vue de l’attribution éventuelle d’une commande d’achat ou d’un contrat-cadre.

ARTICLE (Material)  
La « fiche article » comporte toutes les données nécessaires à la gestion de cet article dans les divers domaines couverts par l’entreprise. Elle est composée de plusieurs « vues », chaque vue correspond à un domaine particulier de gestion ( exemples : bureau d’études, planification, comptabilité, achats, ventes..).

AVOIRIntervient lorsque le client a été facturé (ou que le fournisseur a facturé) d’une somme supérieure à celle due

BUDGET  
Le budget correspond à l’enveloppe des coûts approuvés.  
Il constitue la référence, le budget d’origine de la comptabilité analytique.  
La création du budget engendre la création de la pièce budgétaire, ce qui n’est pas le cas pour le pré-budget.

CANAL DE DISTRIBUTIONPour distribuer sur le marché de la meilleure façon possible, l'Administration des ventes recourt à divers canaux de distribution. Les canaux de distribution types sont le commerce de gros et de détail, les clients industriels et les ventes directes à l'usine, par exemple.

Dans une organisation commerciale, un client peut être approvisionné via plusieurs canaux de distribution. En outre, les données articles significatives pour les ventes, telles que les prix, la quantité minimale de commande, la quantité minimum à livrer et la division chargée de la livraison, peuvent différer pour chaque organisation commerciale et chaque canal de distribution.

CENTRE DE COUT (cost center)Le centre de coûts est une unité structurelle du périmètre analytique qui représente un lieu clairement délimité où des coûts surviennent. La répartition structurelle peut s'effectuer selon des critères d'ordre fonctionnel, technique pour ce qui est de l'imputation ou de l'activité, spatial et ou organisationnel en fonction de la responsabilité.

Les centres de coûts sont utilisés pour permettre de différencier les affectations de frais généraux aux activités commerciales (fonction de calcul des coûts) et de contrôler séparément les coûts dans une entreprise (fonction de contrôle des coûts).

CENTRE DE PROFIT (Profit Center)Un centre de profit est une unité structurelle orientée vers la gestion et utilisée à des fins de contrôle interne. La division de votre société en centres de profit vous permet d'analyser les domaines de responsabilité et de déléguer la responsabilité à des unités décentralisées, en les traitant ainsi comme des « sociétés dans la société ».

CLASSE DE VALORISATION (valuation class)La classe de valorisation permet d'affecter l'article à un groupe de comptes généraux. Tout comme d'autres facteurs, elle détermine les comptes généraux qui doivent être mis à jour à la suite d'une opération liée à la valorisation, tel un mouvement de stock.

La classe de valorisation est utilisée pour la détermination automatique d'un compte.

CLIENT (Customer)C’est la personne (physique ou morale) avec laquelle l’ADV signe le contrat. Lors du déroulement du projet, l’interlocuteur d’une entité CS lui adresse les différentes factures correspondant aux termes de paiement.

C’est la personne (physique ou morale) finale pour laquelle la prestation est faite. Elle bénéficie directement de la « livraison" de la prestation ».

CODE MOUVEMENT (posting movement)A la création d'un mouvement de stock, on doit saisir un code mouvement afin de le différencier des autres mouvements de stock. Un code mouvement est une clé d'identification à trois chiffres propres à un mouvement de stock.

Le code mouvement remplit d'importantes fonctions de contrôle dans la Gestion des stocks.

Commande d’achat (purchase order)  
a compléter

COMPTE COLLECTIF  
Définit un compte général qui ne pourra être imputé qu’à travers l’imputation d’un compte auxiliaire.

Les fiches de données de base définissant les comptes auxiliaires comportent obligatoirement le compte collectif qui sera imputé.

Demande d’achat (purchase requisition)  
a compléter

DIVISION (Plant)La division est une entité résultante de la découpe d’une société au plan de la logistique. Elle correspond soit à un site industriel, soit à un centre de compétence autonome en terme d’imputation comptable.

Une division appartient à une société FI et une seule.

Le calcul des besoins est effectué au niveau d’une division.

La division est une entité obligatoire dans la gestion de projets lorsqu’il s’agit de gérer les ressources affectées à une activité (articles, composants, etc.). Elle indique la société où seront comptabilisés les coûts.

DOCUMENT ARTICLE (material document)Lors de l'écriture d'un mouvement de stock, un document article est généré. Celui-ci sert de preuve du mouvement et sert de source d'information pour toutes les applications ultérieures.

Un document article est constitué d'un en-tête et d'au moins un poste. L'en-tête contient des données générales relatives au mouvement (sa date, par exemple). Chaque poste décrit un mouvement.

Si le mouvement est valorisé (c'est-à-dire s'il entraîne une mise à jour des comptes généraux), une pièce comptable est créée parallèlement au document article.

Dans certains cas, plusieurs pièces comptables sont créées pour un seul document article. C'est par exemple le cas si vous avez deux postes document article avec plusieurs divisions appartenant à des sociétés différentes.

Les comptes généraux impliqués dans un mouvement de stock sont mis à jour par imputation automatique.

DOMAINE COMMERCIALUn domaine commercial se définit comme la combinaison d'une organisation commerciale, d'un canal de distribution et d'un secteur d'activité.

DOMAINE DE VALORISATIONC’est le niveau auquel la valorisation d’un article est faite :

Niveau société ou niveau division (le choix mandant du projet est DIVISION),

Et éventuellement groupe de valorisation, on parle alors de valorisation séparée (par origine d’approvisionnement par exemple)

ELEMENT D’OTPLe lot de travaux est l’élément le plus détaillé de l’organigramme des tâches. C'est le niveau le plus fin que le chef de projet gère, en termes de budgets, de coûts prévisionnels, de délais, de responsabilités et d'interfaces. Lors de la vie du projet, la maîtrise du cahier des charges technique, des coûts et la maîtrise des délais seront conduites à partir de ces lots de travaux. Entre la tête de l'organigramme des tâches et les lots de travaux, il existe des niveaux intermédiaires de consolidation. En deçà du lot de travaux, on trouve les tâches.

EMPLACEMENT (Bin)  
C’est l’espace prévu pour ranger des pièces,  
Dans MM, cet emplacement est renseigné de façon documentaire dans la fiche article,  
Dans WM/eWM, la gestion des emplacements est dynamique ;

Dans un type de magasin permanent l’emplacement est identifié par les coordonnées de cet élément dans une allée, une travée, un niveau, une position, etc..

ENTREE MARCHANDISE (Goods Receipt)  
L’entrée marchandise est la constatation de l’entrée en stock ou dans un encours « affaire » d’un matériel ou de la réalisation d’une prestation commandée.

GROUPE D’ACHETEURS (Purchasing Group)Le groupe d’acheteurs est en charge de la gestion de toutes les demandes d’achats émises au sein des divisions. Il effectue la transformation des demandes d’achats en commandes d’achats et en assure le suivi.

Il peut être transverse à plusieurs organisations d’achat, sans lien avec les sociétés et divisions.

Le groupe d’acheteurs applique les conditions et contrats négociés par les organisations d’achat.

MAGASIN MM (Storage Location)Le magasin comprend tous les emplacements de stockage gérés dans une division. Il appartient à une division et une seule

Dans MM, la gestion est faite en quantité et en valeur. ,

MAGASIN WM / EWMLe magasin WM/eWM correspond à la notion physique d’entrepôt et comprend des types de magasins,

La gestion est faite en quantité et en emplacement physique (sans notion de valeur)

Un magasin WM/eWM peut gérer plusieurs magasins MM appartenant à des divisions différentes.

MANDANT (Client)

Du point de vue fonctionnel, le mandant est le niveau structurel le plus élevé.

Il regroupe l’ensemble des sociétés du groupe CS, sociétés comptables, un ou plusieurs plans comptables, un ou plusieurs périmètres analytiques.

Du point de vue de l’architecture technique, le mandant détermine un espace de travail pour le paramétrage, et un ensemble de données mises en commun.

Le mandant est défini par un code numérique de trois chiffres et un libellé.

MRP  
a compléter

NATURE COMPTABLELa nature comptable constitue un critère de classification de tous les coûts analytiques en parallèle avec le plan comptable de la comptabilité générale. Elle permet de déterminer les différents types de coûts sur les objets d’imputations (centres de coûts, projets,...).

Nomenclature (Bill Of Material)  
A compléter

OFFRE (Offer)Réponse à une consultation émanant d'un client potentiel sous la forme d'un appel d'offres en bonne et due forme, d'une demande écrite ou même verbale.

La proposition comporte une description technique définissant l'objet, une partie organisationnelle et une partie juridico-commerciale concernant les conditions de cession de l'objet.

ORDRE Interne (Internal Order)A l’inverse des centres, l’ordre est une entité non figée car elle définit une activité temporaire de l’entreprise. En général, les coûts correspondant à des opérations ou à des actes à durée déterminée (projets, affaires, chantiers, etc.) doivent être imputés sur des ordres.

La gestion de projet offre la possibilité de gérer les coûts aussi bien par des ordres que par des centres de coûts. Le recours à des ordres dépend donc des règles de gestion retenues à l’intérieur des projets ou des entreprises.

ORDRE de production / process (production/process Order)  
*A compléter*

ORGANISATION COMMERCIALEUne organisation commerciale est une unité d'organisation qui vend les articles ou les services et négocie les conditions de vente.

Elle exerce son activité en fonction des conditions du marché (exemples : dans une région géographique déterminée ou dans une branche spécifique). Toutes les ventes et transactions sont gérées dans une organisation commerciale particulière.

Une organisation commerciale peut également être subdivisée en canaux de distribution et secteurs d'activité.

ORGANISATION D’ACHAT (Purchase Organisation)L’organisation d’achat est une entité organisationnelle qui détermine les modalités générales d’achats pour une ou plusieurs divisions.

C’est elle qui initialise les marchés et contrats par l’intermédiaire d’un groupe d’acheteurs. Elle négocie avec les fournisseurs les conditions d’achats et les contrats pour les divisions qui lui sont affectées.

En matière de gestion de projets, l’organisation d’achat se retrouve lorsqu’il s’agit de gérer les activités externes d’un graphe. En effet, toute opération réalisée avec l’extérieur nécessite de spécifier l’organisation d’achat qui sera chargée de la gestion de cette opération.

PARTENAIRE (Partner)La notion de partenaire couvre l’ensemble des intervenants (personnes physiques ou morales) dans les différentes étapes du processus commercial :

· Prospects,

· Clients,

· Correspondants hors CS,

· Concurrents,

· Personnel CS,

· Fournisseurs,

· ...

Les partenaires sont regroupés dans un schéma partenaire (client et fournisseur)

PERIMETRE ANALYTIQUELe périmètre analytique est une unité structurelle qui délimite les opérations de comptabilité analytique d'exploitation de l'entreprise.

En règle générale, une relation d'équivalence existe entre la société et le périmètre analytique.

Un périmètre analytique peut également incorporer plusieurs sociétés pour prendre en compte les imputations de coûts inter-sociétés. Ces sociétés doivent toutes utiliser le même plan comptable opérationnel. Toutes les affectations inter-entreprises se réfèrent uniquement à des objets du même périmètre analytique.

Les opérations internes se reflètent dans le périmètre analytique. Les coûts primaires sont transférés à partir de la comptabilité externe et classifiés selon l'optique de la comptabilité analytique d'exploitation. Si les coûts primaires sont des coûts directs, ils sont affectés directement aux supports de coûts ; s'il s'agit de coûts indirects, ils sont affectés aux centres de coûts ou aux ordres internes et ensuite affectés à nouveau à l'aide des méthodes d'imputation interne.

PIECE (Posting)La pièce est l’unité élémentaire de comptabilisation dans SAP.Elle constitue une entité complète et insécable au sein du système, jusqu'à ce qu'elle soit archivée.

PLAN COMPTABLELe plan comptable est le plus haut niveau de définition et de gestion des comptes généraux.Il doit contenir tous les comptes susceptibles d’être mouvementés.Une société est affectée à un et un seul plan comptable, un plan comptable est valable pour plusieurs sociétés. Le plan comptable unique du groupe en France est le plan CSFR

POINT DE CHARGEMENT (loading point)Les points d'expédition peuvent être subdivisés en points de chargement. Les rampes 1, 2 et 3, par exemple, appartiennent au point d'expédition dépôt de départ.

POSTE DE TRAVAIL (workcenter / resource)Le poste de travail est une unité physique de la société où une activité est accomplie.Il permet le calcul des capacités en hommes et/ou en machines nécessaires à la réalisation d’une activité. Un poste de travail peut donc être représenté par une ou plusieurs personnes, une machine ou une ligne de production.

PROJET (Project)Un projet est un ensemble d’actions à réaliser pour apporter une réponse à un besoin exprimé par un client ou maître d’ouvrage. Un projet possède les caractéristiques minimales suivantes :

· le besoin est défini de manière précise par un cahier des charges, qui fixe clairement les dates de lancement et d’achèvement, les objectifs et les contraintes techniques,

· un budget et des moyens techniques et humains précis, ainsi que des organisations interne et externe identifiées, sont dévolues à la réalisation du projet.

QUALIFICATIONElle se définit par rapport aux activités qu’elle permet d’accomplir et se manifeste par des comportements observables. Elle se décrit en termes de :

· savoir (connaissances théoriques)

· savoir-faire (pratiques professionnelles)

· savoir être (attitudes et comportements)

SECTEUR D’ACTIVITEUn secteur d’activité représente une gamme d’articles ou une ligne de produits pour lesquelles des conditions spéciales peuvent être négociées avec un client.  
Un secteur d’activité peut être rattaché à plusieurs organisations commerciales.  
Un article ne peut être rattaché qu’à un secteur d’activité.

SORTIE MARCHANDISE (Goods Issue)La sortie marchandise est la constatation de la sortie du stock d’un matériel vers une livraison, un ordre de fabrication ou une consommation interne., la sortie marchandise peut être également une sortie pour une livraison à partir d’un encours « affaire »

SOUS-TRAITANT (subcontractor)Personne (physique ou morale) avec laquelle le titulaire a passé une commande de sous traitance.

TYPE D’ACTIVITE (activity type)Un type d’activité représente une unité d’œuvre produite par un centre de coût ; il est mesuré en quantité. Les types d’activité ne peuvent être utilisés que pour les imputations internes à la comptabilité analytique.

Le prix de cession (taux du type d’activité) est défini au niveau de chaque centre de coût.

TYPE DE MAGASIN (storage type)Les types de magasin sont les subdivisions d'un magasin WM / eWM. Il s'agit d'aires séparées, différentes les unes des autres par leur méthode de stockage, leur forme structurelle et/ ou leur fonction.  
Un type de magasin a des stratégies d’entrée et de sortie propres, des tailles et des capacités d’emplacement homogènes.  
Il existe des types de magasin permanent, et des types de magasin temporaire pour gérer les différents types d’entrée sortie