

TRAVAIL N° 1 : JUSTIFIER L'IMPLANTATION DU RAYON

Observez le plan du supermarché Champion (document 1).

1. Calculez le linéaire au sol du rayon fruits et légumes (chaque îlot représente 2 mètres).

$$10 \text{ m} + 9 \text{ m} + (3 \times 2 \text{ m}) + 1,30 \text{ m} = 26,30 \text{ m.}$$

2. Calculez la place occupée par le rayon fruits et légumes en pourcentage de la surface totale du supermarché.

$$\frac{73 \times 100}{800} = 9,13 \%$$

3. A l'aide des documents 1 et 2, citez trois bonnes raisons qui peuvent justifier l'emplacement du rayon fruits et légumes à cet endroit.

- Fréquentation maximum (100 % de passage)
- Impulsion forte (premier achat)
- Image fraîcheur et nature
- Vocation frais bien affirmée
- Maximise les résultats

Le document 3 nous indique l'implantation des familles de fruits et légumes que Mme LEDU a retenue pour son rayon.

4. Expliquez le choix de Mme LEDU concernant la place :
- des salades et des fruits métropolitains :

Les grandes familles de fruits et légumes figurent sur toutes les listes de courses et entretiennent l'attraction du rayon en étant positionnées aux deux extrémités du circuit.

- des fruits exotiques et des légumes à ratatouille :

Placées au milieu, ces références complémentaires profitent de l'influence des «vedettes» du rayon.

5. Comment a-t-elle organisé la vision de son rayon par rapport au sens de circulation ?

Les clients regarderont ainsi les produits sur leur droite, ce qui est beaucoup plus vendeur.

TRAVAIL N° 2 : CARACTERISER LES METHODES DE VENTES

Mme LEDU s'interroge sur la méthode de vente la mieux adaptée à son rayon. Elle vous demande de l'aider à y réfléchir en étudiant le document 4.

Remplissez le tableau suivant.

METHODES DE VENTE	AVANTAGES	INCONVENIENTS	TRAVAIL DE L'EMPLOYE
Vente servie ou vente traditionnelle	Convient aux produits fragiles ou haut de gamme.	Couteux en personnel qualifié	Il choisit, pèse et emballe. Il peut donner des conseils aux clients
Servez-vous, faites peser	Rapidité Augmente le panier moyen	Nécessite un entretien régulier du rayon Nécessite un employé présent en permanence	Il pèse, pose les étiquettes et entretient le rayon pour le maintenir en état marchand
Servez-vous, pesez, étiquetez vous même	Besoin en personnel limité	Assortiment limité Encombrement aux heures de pointe Risque de fraude ou d'erreurs de la part de clients	Il entretient le rayon pour le maintenir en état marchand.
Libre service intégral	Besoin en personnel limité Pas de pesée (rapidité) Convient aux produits en promotion	Assortiment limité	Il entretient le rayon pour le maintenir en état marchand.

TRAVAIL N° 3 : HYGIENE ET SECURITE DU RAYON

La législation en vigueur oblige Mme LEDU à respecter des règles d'hygiène et de sécurité dans son rayon. Elle vous demande d'afficher en réserve les documents 5 et 6.

1. Quelles sont les parties de la surface de vente à nettoyer tous les jours.

- Sol et allées du rayon
- Dessous et miroirs des meubles fruits et légumes
- Réglottes et grilles 4ème gamme
- Plateau et clavier de la balance

2. Quelles sont les parties de la réserve à nettoyer chaque semaine ?

- Portes des sas
- Portes des réserves
- Bouches d'évacuation des chambres froides

Aujourd'hui jeudi 21 juin 2001 à 11 heures, Mme LEDU vous demande d'effectuer un relevé de températures.

Les résultats sont les suivants :

- Chambre froide :
 - Fruits : 14 °C
 - Légumes : 10 °C
 - 4ème gamme : 2 °C
- Zone de vente : 21 °C
- Rayon 4ème gamme : 3 °C

Après avoir effectué le travail demandé, vous signerez : P/o l'agent.

3. Reportez vos mesures sur le document 5 bis.

4. Que remarquez-vous ?

La température dans la chambre froide des fruits et légumes est anormalement supérieure à celle exigée (10°C au lieu de 8°C maximum admis)

TRAVAIL N° 4 : ANIMER LE RAYON

La concurrence avec un spécialiste en fruits et légumes de centre ville et un hyper de 5000 m² implanté à proximité, conduit Mme LEDU à animer régulièrement son rayon par une politique de promotions.

Cette fois, elle envisage une promo « fin de semaine » sur l'abricot.

Lisez le document 6.

1. Citez trois objectifs d'une promotion.

- Développer le CA
- Accroître la marge en valeur par l'augmentation des volumes vendus
- Construire une image prix au rayon
- Augmenter la fréquentation de l'ensemble du magasin

2. Citez deux modes de communication internes pour faire connaître la promotion aux clients du magasin.

- Affichage annonçant clairement les promotions
- PLV, dégustations, autres animations, ...

3. Citez un mode de communication externe pour faire connaître la promotion aux clients potentiels.

**La presse quotidienne régionale
(Le prospectus publicitaire convient moins bien, mais peut-être admis)**

La promotion portera sur l'abricot à bouche, gros calibre (minimum 35 mm), catégorie extra, vendu par barquette de 2 kg uniquement en libre-service. (document 7)
Le prix en promo sera de 35.00 F la barquette de 2 kg, soit 17.50 F le kg, au lieu de 24.50 F le kg prix hors promo.

4. Choisissez parmi le mobilier présenté ci-dessous, celui qui vous semble le mieux convenir à cette opération.

Étal de vente

Meuble spécial

Meuble mural

Table de présentation

- Le meuble spécial est le mieux adapté à la promo, car il a pour but de mettre un produit en valeur à un emplacement précis.

On peut cependant accepter :

- L'étal de vente en tête d'ilôt ou de gondole
- Le meuble mural de l'implantation habituelle du produit en linéaire, avec un facing doublé ou triplé par rapport à la normale.

5. Indiquez sur le plan du rayon (document 3) l'emplacement que vous allez choisir pour placer votre produit en promotion. Justifiez votre choix.

La réponse doit être cohérente avec le choix exprimé ci-dessus.

Le meuble spécial ou l'étal seront situés en îlot au centre du rayon, ou en tête de rayon.

Le meuble mural reste en linéaire classique dans le segment des fruits métropolitains.

La réponse peut aussi être acceptée sur le plan du magasin (document 1).

6. Indiquez quelles informations vous allez mentionner sur l'ardoise du produit.

- Nom du fruit
- Variété
- Origine
- Catégorie
- Prix au kg et à l'unité de vente (barquette de 2 kg)

TRAVAIL 5 : EXPLOITER LES RESULTATS DE LA PROMOTION

La promotion a eu lieu le vendredi 27/7 et le samedi 28/7/2001.
Mme LEDU vous a transmis à la fin de l'opération les résultats suivants.

CADENCIER																			
Désignation : Abricot cal 35, catégorie extra.										Quantités exprimées en kg									
Délai de livraison : 1 jour										S = en stock					L = livré				
jeudi 19/7					vendredi 20/7				samedi 21/7				lundi 23/7				mardi 24/7		
S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V
50	600	200	150	100	0	600	240	460	200	0	320	140	0	200	110	230	400	0	220
										Promo fin de semaine									
mercredi 25/7				jeudi 26/7				vendredi 27/7				samedi 28/7				lundi 30/7			
S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S			
10	0	400	190	220	990	0	160	60	950	990	750	300	0	950	1050	200			

1. Complétez les quantités vendues dans le cadencier

A partir des données suivantes :

Hors promo :
(prix au kg) - Prix d'achat HT = 15.50 F
 - Prix de vente HT = 23.22 F
 - Prix de vente public TTC = 24.50 F

Pour la promo :
(prix au kg) - Prix d'achat HT = 12.50 F (participation du fournisseur)
 - Prix de vente HT = 16.59 F
 - Prix de vente public TTC en promo = 17.50 F

TVA = 5.5%

2. Remplissez le tableau comparatif de la fin de semaine hors promo (vendredi 20 et samedi 21) avec les résultats de la fin de semaine en promo (vendredi 27 et samedi 28).

	Hors promo vendredi 20 et samedi 21	EN PROMO vendredi 27 et samedi 28
Quantités vendues pour les deux jours	$240+320 = 560$	$750+1050 = 1800$
CA HT réalisé pour les deux jours	$560 \times 23.22 = 13\,003.20 \text{ F}$	$1800 \times 16.59 = 29\,862.00 \text{ F}$
Marge brute réalisée pour les deux jours	$7.72 \times 560 = 4323.20 \text{ F}$	$4.09 \times 1800 = 7362.00 \text{ F}$

3. Cette promotion a-t-elle été rentable pour le rayon ? Justifiez.

Oui, car elle a permis une augmentation du CA (+ 16 858.80 F) et une augmentation de la marge brute (+ 3038.80 F).

Elle a contribué en plus à l'image prix du magasin et à l'attractivité du rayon.

Relevé des températures

												Prendre la température à heures fixes <small>11h et 17h par exemple</small>	
Chambres froides F & L												Rayon	
Fruits 10/15° C		Légumes 4/8° C		4° gamme 1/4° C		Zone de vente		4° gamme 1/4° C		signature			
Date	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	Matin	Soir	
1 21/6	14		10		2		21		3		L'Argent		
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													