

17 avril 2010

Faut-il offrir une vue d'ensemble des fruits et légumes dès l'entrée du client dans le rayon ? Pour Alain Pierrefeu, directeur du magasin Intermarché d'Amplepuis, cela ne fait aucun doute. La preuve : « *Alors que tout le monde était à - 20 % en mars, mon chiffre d'affaires est resté stable, je l'ai même doublé sur les légumes bio* » annonce-t-il satisfait.

Le secret ?

Raccourcir les meubles (30 cm en profondeur) et limiter l'inclinaison. « Mes meubles sont maintenant moins



profonds, mes TG sont moins hautes, les clients ont une meilleure visibilité, c'est plus clair, ils se repèrent mieux ». Un atout incontestable pour attirer vers les zones froides, « *à présent, on voit la salade placée à une extrémité du rayon dès l'arrivée dans l'espace frais* ».

Second avantage : une meilleure maîtrise du stock. Auparavant, les meubles contenaient 3 grands cageots en profondeur.

Avec le nouveau système, 3 petites cagettes (l'équivalent d'1/2 cageot), suffisent. Cela permet désormais de présenter de plus petites quantités en magasin. « *Je gère mieux l'espace, de ce fait, je propose plus de choix dans les variétés, les conditionnements. J'ai*

moins de stock en rayon et plus en chambre froide pour une meilleure conservation. J'ai diminué ma casse d'1/3 et mes produits sont plus frais. »



Les commandes sont aussi plus régulières, lissées : inutile à présent de prévoir de grosses quantités pour garnir le rayon, le stock correspond dorénavant aux ventes quotidiennes.

« *Principale difficulté rencontrée : le réapprovisionnement plus fréquent du rayon* ».

Pour cela, Alain a dû réorganiser son travail.

Avant, le montage du rayon se terminait à 10 h. Le réapprovisionnement s'effectuait ensuite à 12 h, après la commande.



Maintenant, Alain installe le rayon plus rapidement, jusqu'à 9h. La commande est plus vite préparée puisque le stock est réduit. Par la suite, le rayon est rechargé à 11h, 14h30 et 17h.

« *Si l'on s'organise bien, il n'y a pas de rupture, ou peut-être quelquefois sur un ou deux produits le samedi soir, sans plus* ».

Par ailleurs, ce réaménagement a été l'occasion de réimplanter les produits.

« *J'ai disposé un maximum de fruits sous les miroirs, ils sont réguliers et colorés, c'est plus attractif.* »



« *Ensuite, j'ai créé un vrai petit espace Bio à l'entrée du rayon, c'est une zone chaude, j'ai doublé les ventes.* »

Toutefois cette implantation n'est pas définitive. Avec les saisons, les produits changent de place : « *sur la TG aujourd'hui, j'ai les légumes pour ratatouille, J'ai gardé une présentation de masse. Au fond, la fin des fruits de l'hiver (bananes, oranges, mandarines), ils seront bientôt remplacés par les pêches et les nectarines.* »

Par contre, je ne sais pas encore si je laisse les fruits de saison au fond, en zone froide, ou si je les place sous les miroirs à côté des pommes... »



conclut Alain en perpétuelle réflexion pour optimiser son rayon.

Questions

1 Comparez le rayon « avant » et « après » : quelles modifications ont-elles été apportées ?



Rayon « Avant »



Rayon « Après »



2

Listez les conséquences des modifications sur l'implantation du rayon, sur les approvisionnements et sur les stocks.



	Conséquences
Implantation du rayon	
Approvisionnements	
Stocks	

3

Indiquez les avantages tirés de ces modifications pour le magasin et pour les clients



Avantages magasin	Avantage client

Liens avec le référentiel :

Compétences :

C2 – Gérer

C22 Gérer les produits dans l'espace de vente

C2.2.1 Implanter les produits : Participer à l'aménagement ou au réaménagement du rayon / Implanter les produits dans le linéaire

C22 Gérer les produits dans l'espace de vente

C2.2.4. Gérer les stocks : Faire des propositions pour : améliorer la gestion du stock

Savoirs associés :

S2 GESTION COMMERCIALE / S22 La gestion des stocks

2.2.1. Le cadre de la gestion des stocks

Objectifs :

-Définir les différents niveaux de stock de l'entreprise et préciser les incidences d'une mauvaise tenue des stocks

-Décrire, dans un cas concret, le processus de gestion des stocks

2.2.2. La gestion économique des stocks

⇒ La démarque

Objectif : Identifier les principales causes de la démarque

S2 GESTION COMMERCIALE / S23 Le merchandisage

⇒ L'espace de vente

Objectif : Définir les différentes zones de l'espace de vente (zone chaude, zone froide)

⇒ Les produits dans le linéaire

Objectif : Identifier le pouvoir « vendeur » à partir d'exemples

1

Comparez le rayon « avant » et « après » : quelles modifications ont-elles été apportées ?



Rayon « Avant »



Rayon « Après »

↪ Les meubles ont été raccourcis, les plans sont moins inclinés.

2

Listez les conséquences des modifications sur l'implantation du rayon, sur les approvisionnements et sur les stocks.

↪

	Conséquences
Implantation du rayon	La présentation de masse est maintenant réservée aux TG, on utilise des cagettes, moitié moins grosses que les cageots la rotation des stocks en rayon est plus rapide.
Approvisionnements	Les approvisionnements sont plus fréquents car la capacité de stockage a diminué.
Stocks	L'abandon de la présentation de masse a permis de réduire le stock en rayon, les commandes sont plus régulières, les quantités commandées moins importantes

3

Indiquez les avantages tirés de ces modifications pour le magasin et pour les clients

↪

Avantages magasin	Avantage client
Diversifier l'assortiment, Limiter le stock en rayon, Gagner du temps dans la gestion quotidienne du rayon : mise en rayon, commande Valoriser les zones froides et optimiser les zones chaudes du rayon Maintenir le chiffre d'affaires	Repérer facilement et rapidement les produits Avoir plus de choix Avoir une meilleure image du rayon : la présentation en cagette valorise les produits, ils sont plus frais grâce à une rotation plus rapide