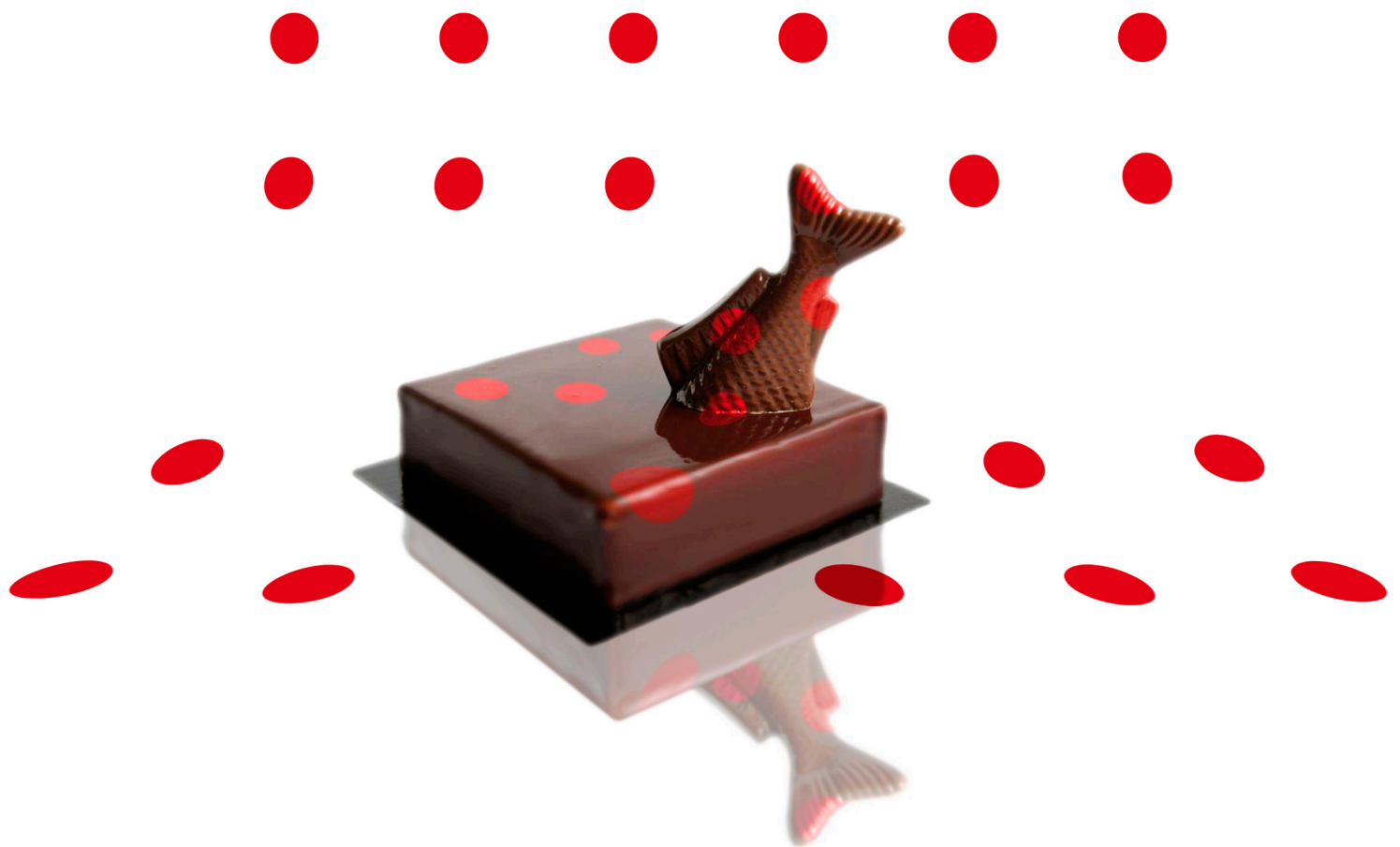


les pois sont rouges
à La Grande Épicerie de Paris



*Ce sujet s'inspire d'un contexte professionnel réel et récent.
Certaines données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.
Source des documents : Le Bon Marché, La Grande Épicerie de Paris, revues spécialisées, divers sites internet.*

L'épreuve du concours comporte deux parties.

La première partie d'épreuve, écrite, prend appui sur un dossier documentaire.
Elle vise à évaluer la capacité du candidat à mobiliser des informations afin de les exploiter dans une perspective professionnelle.

Les candidats retenus à l'issue de la partie écrite concourent pour la seconde partie. Celle-ci est orale et se déroule ultérieurement.

Calculatrice de poche autorisée, y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique, à condition que son fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'une imprimante.

BO n° 42 du 25/11/1999

Les valeurs en euros sont exprimées au centime et
les pourcentages à deux décimales

Présentation de la situation professionnelle.	4
---	---

MISSION 1 : Accueillir et participer à la formation des nouveaux collaborateurs(trices) 6

Document 1	Groupe LVMH.	7
Document 2.1	La Grande Épicerie au sein du Bon Marché	8
Document 2.2	Localisation de La Grande Épicerie de Paris	9
Document 2.3	Histoire de La Grande Épicerie de Paris	10
Document 2.4	La Grande Épicerie de Paris en chiffres	11
Document 2.5	Plan de La Grande Épicerie de Paris	11
Document 2.6	Univers de La Grande Épicerie de Paris	12
Document 2.7	Services de La Grande Épicerie de Paris.	14
Document 2.8	Actualités de La Grande Épicerie de Paris.	16
Document 2.9	Communication éditoriale.	17
Document 3	Septembre 2012, Le Bon Marché lance de grands travaux.	18
Document 4	Fiche de poste Premier(ère) Vendeur(se).	19
Document 5	Agenda électronique de la semaine 6	20
Document 6	Baromètre satisfaction juin 2012	21
Annexe 1	Présentation de La Grande Épicerie de Paris.	26
Annexe 2	Présentation de notre clientèle et de son comportement	28
Annexe 3	Présentation de notre positionnement	29

MISSION 2 : Proposer un plan d'achat 31

Document 7	Confiserie Pâques 2011 détail par fournisseur.	32
Document 8	Tableaux de bord 2010 - 2011 - 2012.	34
Document 9	Règles d'organisation des commandes confiserie	35
Document 10	Calendrier du 1 ^{er} semestre 2013	36
Document 11	Conditionnement des ballotins de chocolats	37
Annexe 4	Analyse des résultats du sous-rayon confiserie en libre-service	38
Annexe 5	Extrait de la proposition du plan d'achat - Pâques 2013	40

MISSION 3 : Préparer la vente de la collection « Les pois sont rouges » 41

Document 12	zone d'implantation du thème « Les pois sont rouges »	42
Document 13	Signalétique opération Pâques 2013 « Les pois sont rouges »	43
Document 14	Vues du site du maître chocolatier Daniel MERCIER.	44
Document 15	Étapes de la création de la collection « Les pois sont rouges »	45
Document 16	Collection « Les pois sont rouges »	46
Document 17	Pièces et emballages composant la collection « Les pois sont rouges »	47
Document 18	Argumentaire de vente	48
Document 19	Clients types	49
Document 20	Récapitulatif des pièces commandées.	50
Document 21	Quatre compositions	51
Annexe 6.1	Dialogue de vente : la parisienne.	52
Annexe 6.2	Dialogue de vente : le touriste	53
Annexe 6.3	Dialogue de vente : la cliente de quartier	54
Annexe 7	Composition à mettre en avant le premier jour de l'opération	55

Présentation de la situation professionnelle

Vous êtes « premier(ère) vendeur(se) » à La Grande Épicerie de Paris, supermarché du grand magasin « Le Bon Marché », appartenant au groupe LVMH MOËT HENNESSY.LOUIS VUITTON.

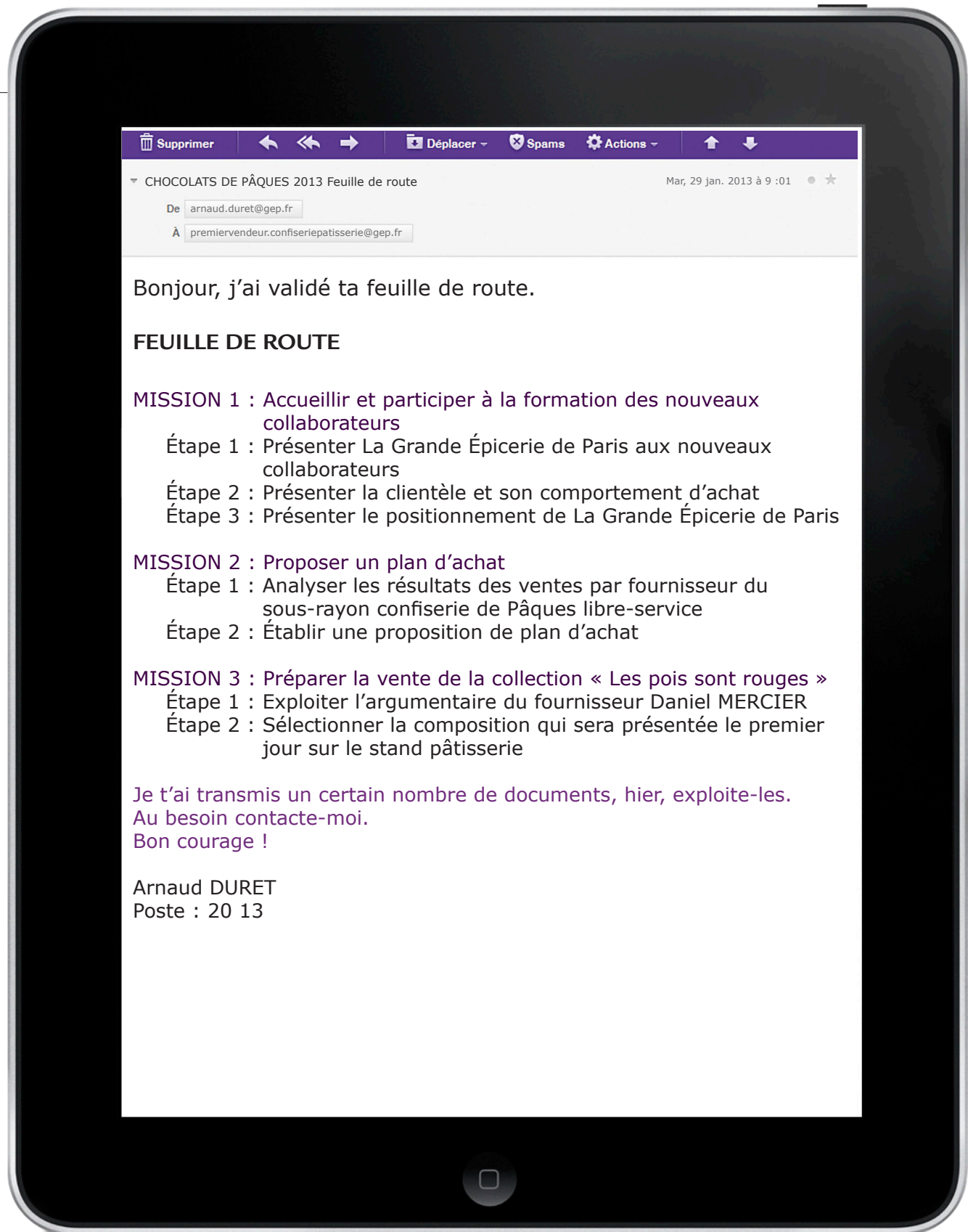
Votre secteur confiserie-pâtisserie est placé sous la responsabilité d'Arnaud DURET, responsable commercial des stands négoce (épicerie fine, thé, chocolats, café...).

Ce secteur prépare activement la mise en place de l'opération Chocolats de Pâques 2013, second pic annuel des ventes après Noël.

L'opération se déroule cette année dans le contexte du vaste chantier de rénovation des deux magasins : à terme, la circulation de la clientèle sera facilitée et la surface de vente de La Grande Épicerie de Paris s'étendra sur trois niveaux.

Pendant les travaux, La Grande Épicerie de Paris souhaite préserver la qualité de l'accueil de sa clientèle, qui fait sa réputation, accroître son chiffre d'affaires et consolider son positionnement.

Votre feuille de route a été établie lors de la réunion hebdomadaire :



Pour mener à bien votre mission et contribuer au succès de cette opération, vous mobilisez vos connaissances, vous faites appel à vos compétences et vous exploitez les informations qu'Arnaud DURET met à votre disposition.

ACCUEILLIR ET PARTICIPER À LA FORMATION DES NOUVEAUX COLLABORATEURS(TRICES)

Dans le cadre de la mise en place de l'opération Chocolats de Pâques 2013, La Grande Épicerie de Paris a recruté des vendeurs(ses). Ils(elles) intègrent ce matin, lundi 4 février 2013, votre secteur confiserie-pâtisserie comprenant actuellement sept salariés.

Vous devez accueillir et former ces nouveaux collègues. Vous préparez leur demi-journée d'intégration à partir d'informations remises par Arnaud DURET.

Pour qu'ils(elles) s'approprient la culture de l'entreprise, la Direction vous demande de vous appuyer sur le diaporama d'accueil composé de trois diapositives (annexes 1, 2 et 3). Vous préparez soigneusement votre intervention.

Documents 1 à 6

Étape 1 : Présenter La Grande Épicerie de Paris aux nouveaux collaborateurs(trices)

Vous dégagez les étapes significatives de l'évolution de l'enseigne et vous retenir des chiffres-clés.

Vous complétez la zone « Commentaires » de la première diapositive.

Annexe 1

Étape 2 : Présenter la clientèle et son comportement d'achat

Maintenant vous présentez votre clientèle à l'aide de la dernière étude réalisée auprès de 1 159 clients, interviewés sur le point de vente du 16 au 23 juin 2012.

Vous complétez la zone « Commentaires » de la deuxième diapositive.

Annexe 2

Étape 3 : Présenter le positionnement de La Grande Épicerie de Paris

Pour terminer cette demi-journée d'intégration, vous exposez la stratégie de La Grande Épicerie de Paris en termes de positionnement.

Vous complétez la zone « Commentaires » de la troisième diapositive.

Annexe 3

La formation achevée, vous accompagnez vos nouveaux collègues au sein de leur rayon confiserie-pâtisserie pour commencer les missions 2 et 3.

Ce rayon propose des confiseries et des chocolats vendus en libre-service et en vente-conseil sur le stand pâtisserie. Vous pouvez être affecté(e) deux jours par semaine sur ce stand.

DOCUMENT 1 : Groupe LVMH

Leader mondial du luxe, LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton dispose d'un portefeuille unique de plus de 60 marques prestigieuses. Le Groupe est présent dans cinq secteurs d'activités :

- Vins & Spiritueux
- Mode & Maroquinerie
- Parfums & Cosmétiques
- Montres & Joaillerie
- Distribution sélective




DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Sélectionner une marque


RIVE GAUCHE

Le Bon Marché
 Date de création : 1852
 Activités : Grands magasins, La Grande Epicerie de Paris, Franck et Fils
 24, rue de Sèvres
 75007 Paris - France
www.lebonmarche.com

Dernières actualités

- ▶ La nouvelle cave de La Grande Epicerie
- ▶ Noël d'exception à la galerie imaginaire du Bon Marché
- ▶ Le Bon Marché célèbre ses 160 ans

Présentation de la Maison

Le Groupe Bon Marché compte trois principaux axes d'activités : les Grands Magasins avec Le Bon Marché Rive Gauche et le magasin Franck et Fils de la rue de Passy acquis en 1994. L'Alimentaire avec La Grande Epicerie de Paris.

Grâce à sa politique de développement des marques et à l'expansion de son réseau de distribution international (plus de 3 000 magasins à travers le monde), LVMH s'inscrit, depuis sa création en 1987, dans une dynamique de croissance forte.

DOCUMENT 2.1 : La Grande Épicerie au sein du Bon Marché



LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE
24, rue de Sèvres - 75007 Paris

De **10h à 20h** les lundis, mardis,
mercredis et samedis

Nocturne les jeudis et vendredis de
10h à 21h

Tél. : 01 44 39 80 00
Fax : 01 44 39 81 19

LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS
38, rue de Sèvres - 75007 Paris

Du **lundi au samedi de 8h30 à 21h**

Tél. : 01 44 39 81 00
Fax : 01 44 39 81 17

Le Bon Marché vous accueille sur trois étages dans une atmosphère raffinée et élégante.

Le Bon Marché fait partie de l'histoire de Paris. C'est en effet le premier grand magasin de la ville à ouvrir ses portes en 1852 avant même les célèbres Galeries Lafayette ou le Printemps. Il créa une telle révolution en son temps que le romancier Émile Zola s'en servit comme théâtre de son célèbre roman « Au Bonheur des Dames ». Pour la première fois le client pouvait flâner entre différentes échoppes dans un seul et même endroit.

Aujourd'hui, il est le meilleur représentant de l'esprit Rive Gauche. Tout un éventail de produits vous y est proposé : collections de prêt-à-porter pour homme, femme et enfant, bagagerie, bijouterie, décoration d'intérieure, jouets...!

Vous pourrez vous promener entre les stands et y découvrir toutes les prestigieuses marques de luxe : Dior, Chanel, Gucci, Louis Vuitton, Lanvin... Vous pourrez également profiter de nombreux services personnalisés, du voiturier à la conciergerie en passant par le conseil personnalisé en relooking ou décoration. Le personnel se mettra à votre disposition pour vous conseiller dans vos achats, organiser vos visites en vous réservant des séances de manucure ou de maquillage, ou encore pour réaliser vos vêtements sur mesure.

Au Bon Marché vous trouverez également La Grande Épicerie, célèbre pour son approvisionnement en produits alimentaires que vous ne trouverez nulle part ailleurs.

Des produits français ou étrangers vous sont proposés dans une garantie de haute qualité. Tout un personnel hautement qualifié vous propose des produits haut de gamme cuisinés sur place pour vous faire découvrir le meilleur de la gastronomie française.



DOCUMENT 2.2 : Localisation de La Grande Épicerie de Paris



**LA GRANDE
ÉPICERIE PARIS**

Le magasin est à l'image des « beaux quartiers » de la Rive Gauche, centraux, prestigieux et aisés : institutions, ministères, facultés, ambassades, musées et monuments historiques, antiquaires, créateurs, grands hôtels et enseignes de luxe sont situés dans les 6^e et 7^e arrondissements.



DOCUMENT 2.3 : Histoire de La Grande Épicerie de Paris



Aristide Boucicaut inventa en 1852 le commerce moderne en créant le premier grand magasin au monde, Le Bon Marché. Il transforme, avec son épouse Marguerite, une simple échoppe en un grand magasin singulier au large choix, où l'on entre librement et déambule sans être importuné. Le Bon Marché est né et les innovations se multiplient : prix fixes, marges réduites, livraison à domicile, échanges d'articles, vente par correspondance, soldes, coin bibliothèque... Dans le monde entier, on s'inspire bientôt du modèle commercial inventé par un couple précurseur et révolutionnaire.

Dans de nouveaux bâtiments, à l'angle de la rue du Bac et de la rue de Sèvres, Le Bon Marché ouvre en 1923, le « comptoir de l'Alimentation » et propose pour la première fois dans un grand magasin, les meilleurs thés et conserves fines. Des expositions et présentations thématiques par pays sont déjà organisées, la mise en scène des produits frais intégrés par la suite crée un spectacle unique.

Il faudra néanmoins attendre 1978 pour que La Grande Épicerie de Paris voit le jour et se positionne comme un véritable supermarché de quartier pour les gastronomes de la Rive Gauche.

Après le rachat du Bon Marché par le groupe LVMH, Le Bon Marché se repositionne. Il devient un magasin haut de gamme très parisien et reflète un certain esprit Rive Gauche.

En 1988, La Grande Épicerie de Paris, filiale du Bon Marché Rive Gauche, se transforme et devient le plus important des magasins alimentaires de la capitale.

De nouveaux espaces sont créés pour mettre en scène de nouveaux assortiments : la cave en 1991, l'espace gastronomie et ses comptoirs consacrés à l'Italie, au traiteur, à la charcuterie, au pain et à la viennoiserie en 1992, l'ensemble étant approvisionné par un nouveau laboratoire de fabrication intégré.

En 1996, un vaste marché alimentaire de produits frais est créé au centre du magasin. C'est une nouvelle étape qui s'inscrit dans un schéma d'aménagement dont le point d'orgue sera, comme pour Le Bon Marché, l'an 2000. L'étape ultime en sera la restauration des magnifiques façades Arts Déco et des somptueuses marquises dont la plus élevée culmine à dix mètres au dessus de l'entrée principale.

En 1999, après une rénovation totale de ses rayons et la mise en place d'une nouvelle identité graphique, faire ses courses à La Grande Épicerie de Paris est devenu un « incontournable, un plaisir revendiqué, un moment privilégié ».

En octobre 2002, La Grande Épicerie s'agrandit de 80 m² avec deux nouveaux espaces :

Les chefs de La Grande Épicerie ouvrent « La Cuisine » : dans ce nouvel espace, ils préparent devant les clients leurs meilleures recettes, à emporter au bureau ou chez soi, ou à déguster sur place juste à côté au « Comptoir Picnic ».

En décembre 2012, La Grande Épicerie de Paris inaugure une nouvelle Cave d'exception. Une mise en lumière opérée en regard d'un geste architectural fort, abouti au terme de six mois de travaux, renouvelle totalement la circulation du magasin.

Ce nouvel espace aménagé au niveau -1, associe la Cave et un restaurant du vin au nouvel espace Mode Homme du Bon Marché Rive Gauche, rapprochant ainsi sur un même plateau tous les éléments de l'art de vivre au masculin... La Cave de La Grande Épicerie de Paris est devenue une référence incontournable avec 2 000 références de vins, auxquelles s'ajoute un choix de 1 000 alcools et champagnes, ainsi que 200 000 bouteilles qui sommeillent dans les réserves, avant de pouvoir être présentées au sommet de leur maturité.

DOCUMENT 2.4 : La Grande Épicerie de Paris en chiffres

La Grande Épicerie de Paris a enregistré un chiffre d'affaires, au 31/12/2011, de 67 000 000 € (65 080 000 € en 2010).

Elle propose un assortiment de 30 000 références produits sur 3 000 m².

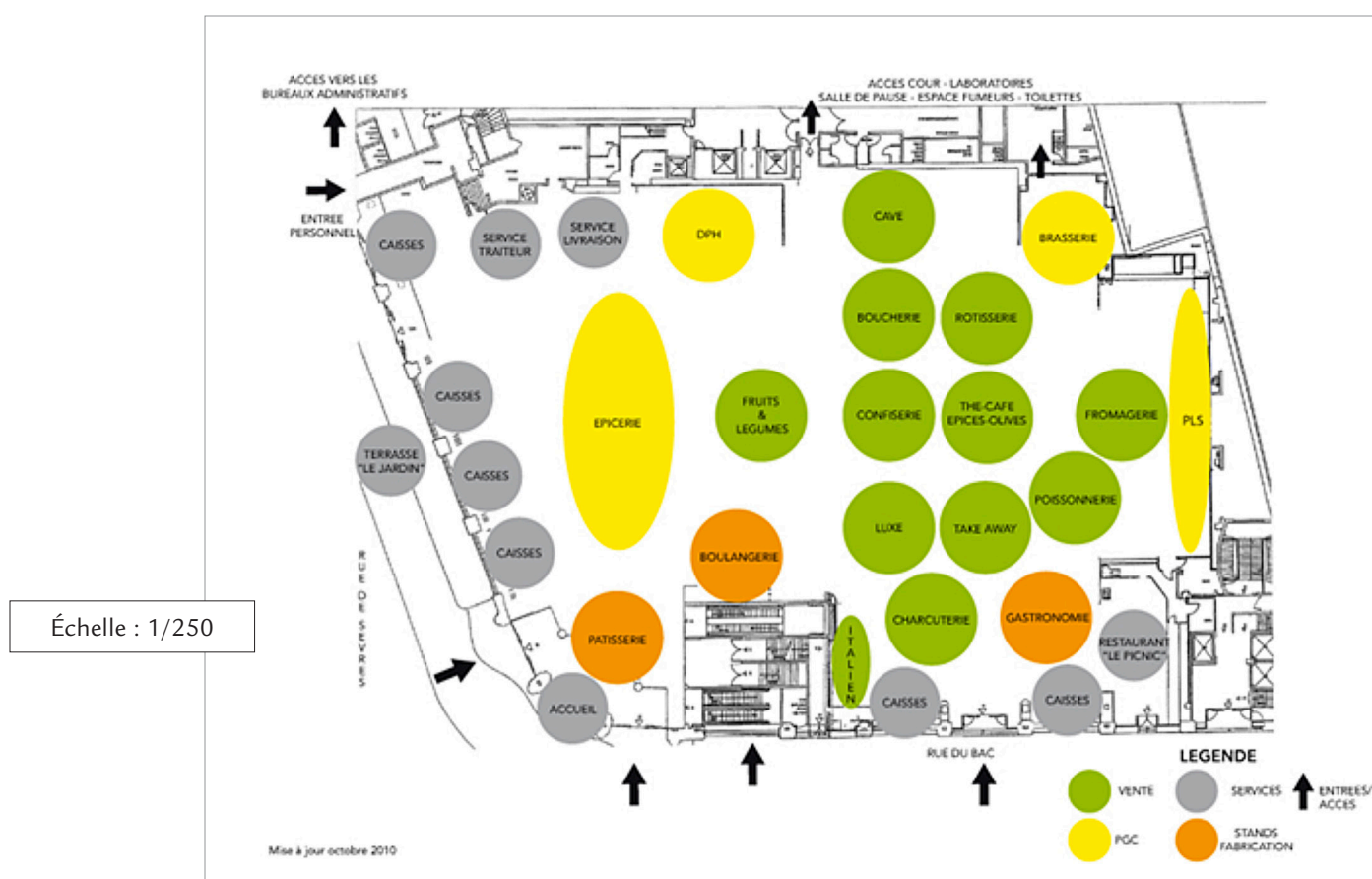
Elle reçoit entre 6 000 et 10 000 clients par jour, servis par une équipe de 391 professionnels (sommelier, traiteur, pâtissier, boulanger...).

Ses clients sont constitués d'une clientèle de proximité, d'une clientèle étrangère résidant à Paris ainsi que de touristes. Le panier moyen est d'environ 31 €.

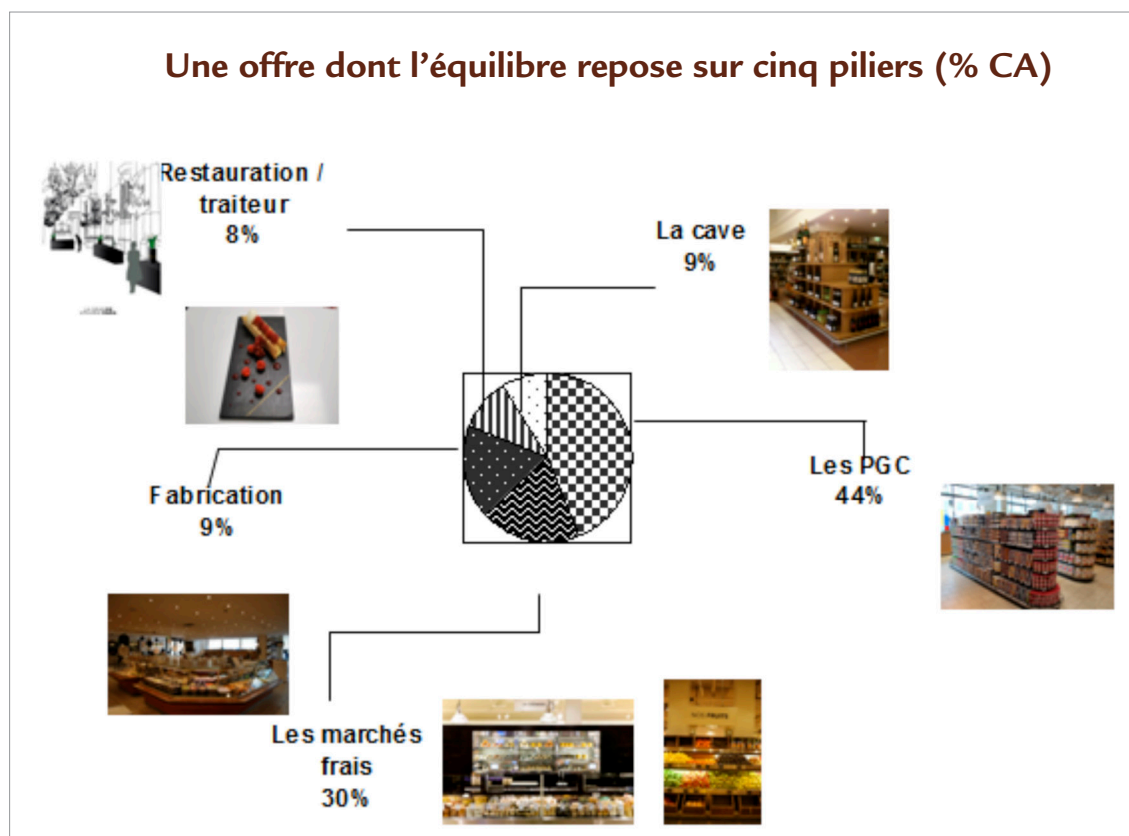
La Grande Épicerie de Paris, c'est aussi un sous-sol, 1 500 m² de laboratoires réservés à la boulangerie, à la pâtisserie et à la cuisine qui desservent le magasin, les restaurants et le service traiteur.

Dans cette ruche soucieuse de ravir les papilles les plus délicates, officient jour et nuit, près de quatre-vingt boulangers, pâtissiers, sauciers, rôtisseries, commis, plongeurs, etc.

DOCUMENT 2.5 : Plan de La Grande Épicerie de Paris



DOCUMENT 2.6 : Univers de La Grande Épicerie de Paris



L'épicerie, les marchés frais, la cave, les boutiques laboratoires et la restauration constituent les univers de La Grande Épicerie de Paris.

La Grande Épicerie de Paris s'impose comme « le supermarché de luxe » où on peut acheter des produits d'exception de grande qualité quasi exclusifs. On y trouve des produits rares ainsi que des créations de chefs, de couturiers et autres people.

L'ÉPICERIE

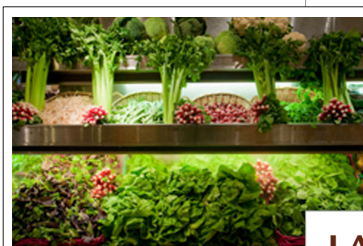


Essentiels, grands classiques ou rares et ultra-sophistiqués, les milliers de produits de l'Épicerie ne laissent pas indifférent. Récoltés aux quatre coins de la planète par une équipe de « têtes chercheuses » d'une exigence affûtée, on y trouve en exclusivité les articles les plus savoureux, les plus cocasses et les plus remarquables : Miel de Manuka, Barbe à Papa d'Iran, Sucre de Noix de Coco d'Indonésie, Diamants de Sel de l'Himalaya, Vinaigre de Barolo à la Truffe, Chutney de Figue au poivre de Séchuan, Sprat Fumé de Riga...

Le soin apporté à l'esthétique de leur mise en place fait que les confitures et les huiles y sont présentées comme autant d'objets précieux.

DOCUMENT 2.6 (suite et fin)

LES MARCHÉS FRAIS



Fruits et légumes, poissonnerie, boucherie et fromages proposent le meilleur de la saison.

Les artisans font partager leur goût des bonnes choses aux gourmands passionnés.

LA CAVE



La cave de La Grande Épicerie de Paris met en lumière le travail des châteaux les plus respectés et celui de producteurs aussi confidentiels que talentueux.

La cave présente une sélection drastique de champagnes, vins et spiritueux tandis que d'autres trésors se cachent dans les réserves en attendant les amateurs les plus curieux.

LES BOUTIQUES LABORATOIRES



Ces boutiques offrent le meilleur du travail des artisans que ces coulisses abritent.

Pains et viennoiseries, pâtisseries colorées et plats de haute gastronomie sont mis en lumière dans des boutiques dédiées à l'offre sans cesse renouvelée.

LES RESTAURANTS

Les restaurants permettent de goûter les recettes des chefs de La Grande Épicerie de Paris. Pour une pause rapide, rendez-vous au Comptoir Picnic : découvrez les plats cuisinés au wok, à la plancha ou à la vapeur.

Pour un déjeuner plus intime, préférez le Café de La Grande Épicerie de Paris : salades, tartines généreuses, potages et plats du jour sont à la carte.

Et si vous êtes du côté de la rue de Passy et que l'univers de La Grande Épicerie de Paris vous manque, faites un crochet par le Café de Franck & Fils. Vos papilles vous en sauront gré...



Comptoir Picnic à La Grande Épicerie de Paris

38, rue de Sèvres 75007 Paris

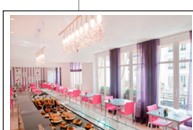
du lundi au samedi : 8 h 30 à 19 h 30



Le Café de La Grande Épicerie de Paris au Bon Marché Rive Gauche

24, rue de Sèvres 75007 Paris

du lundi au mercredi : 10 h 30 - 18 h 30 ; du jeudi au samedi : 10 h 30 - 19 h



Le Café de La Grande Épicerie de Paris chez Franck & Fils

80, rue de Passy 75016 Paris

du lundi au vendredi : 10 h 30 - 18 h ; samedi 10 h 30 - 19 h

DOCUMENT 2.7 : Services de La Grande Épicerie de Paris

La Grande Épicerie de Paris propose des services personnalisés pour faciliter les achats : confection de cadeaux sur mesure, livraison à domicile, réservation de taxis. Les équipes sont à la disposition des clients pour que leur visite à La Grande Épicerie de Paris soit un moment privilégié.

Des cadeaux sur mesure

CONFECTION DE CORBEILLES CADEAUX SUR MESURE

Avec ses produits rares que l'on ne peut trouver nulle part ailleurs, ses fruits de saison ou exotiques, ou bien encore les trésors de sa cave, La Grande Épicerie de Paris est une mine d'idées pour qui cherche à faire des cadeaux originaux et de qualité. A la recherche d'un cadeau grandiose ou d'un geste délicat, les hôtesse de La Grande Épicerie de Paris composent avec le client un cadeau sur mesure pour les gourmands et les gourmets. Les hôtesse mettent à disposition leur expertise pour conseiller dans la réalisation de cadeaux personnalisés.

EMBALLAGE CADEAU

Un client souhaite emballer ses cadeaux dans un coffret La Grande Épicerie de Paris ?

Rendez-vous à l'accueil du magasin, les hôtesse mettent les produits en scène avec talent et délicatesse.

CARTES CADEAUX

Parce que les gourmets savent reconnaître ce qui est bon, rare et privilégié, offrez-leur une carte cadeau La Grande Épicerie de Paris.

La livraison à domicile

La livraison à domicile des achats à La Grande Épicerie de Paris ? Le service livraison accueille les clients tous les jours d'ouverture de 8 h 30 à 21 h.

Pour les achats présentés avant 19 h, les livraisons s'effectuent tous les jours de 11 h 00 à 21 h 30. Tout chariot reçu entre 19 h et 21 h sera livré le lendemain à partir de 11 h 00. Les livraisons s'effectuent dans un délai de deux heures Paris Rive Gauche et un délai de trois heures Paris Rive Droite et Proche Banlieue (Issy-les-Moulineaux, Neuilly-sur-Seine et Boulogne).

Pour les femmes enceintes, la livraison Paris intra-muros de leurs achats à La Grande Épicerie de Paris est gratuite.

TARIFS DE LIVRAISON

Livraison Rive Gauche : 8,50 euros ;

Livraison Rive Droite : 14,50 euros ;

Livraison Proche Banlieue : à partir de 23,50 euros.

Les commandes

Le client peut demander conseil et passer commande directement dans le magasin auprès des stands traditionnels (traiteur, boucherie, cave...) ou joindre le personnel par téléphone pour les commandes spéciales : produits d'épicerie salée et sucrée, brasserie, cave, corbeilles de fruits ou de chocolats.

Pour le pain, les plats préparés sucrés et salés, La Grande Épicerie Traiteur conseille et prépare les commandes. Cette dernière doit être passée au moins 48 h à l'avance.

DOCUMENT 2.7 (suite et fin)

Réservation de champagne au frais

Un évènement à célébrer ? Une sélection de champagnes est disponible, frais, à la Cave de La Grande Épicerie de Paris.

Service valet

A La Grande Épicerie de Paris, le client fait ses courses en toute sérénité. Une fois les courses terminées, il peut les déposer au service livraison où le personnel se chargera d'emballer les achats pendant qu'il continue son shopping. Le valet s'occupe de remplir le coffre de voiture du client.
TARIF : 3,10 euros.

Service voiturier

Le service voiturier se charge de garer le véhicule des clients.
TARIFS SERVICE VOITURIER : 8 € la première heure et 2 € l'heure supplémentaire.

Réservations de taxis

Sur simple demande à l'accueil, il est possible de réserver un taxi au client.

L'organisation de réceptions par notre service traiteur



La Grande Épicerie de Paris organise les réceptions privées ou d'entreprises et confectionne les plateaux repas.

Les cadeaux d'affaires



La Grande Épicerie de Paris conseille dans la composition des cadeaux d'affaires.

DOCUMENT 2.8 : Actualités de La Grande Épicerie de Paris

- Mi-septembre 2012, Le Bon Marché et La Grande Épicerie lancent une toute nouvelle version de leurs sites d'e-commerce. L'offre est plus large, avec 4 000 références pour Le Bon Marché et tout autant pour son supermarché haut de gamme. Et la livraison s'étend à toute l'Union européenne. Surtout, ils unissent leurs e-paniers.
- Le Bon Marché veut augmenter le nombre de ses porteurs de cartes de fidélité. L'enseigne a donc lancé une réflexion sur sa politique de relation avec le client (Crm), qui débouchera, à la fin du premier trimestre 2013, sur une nouvelle carte et un nouveau programme de fidélité.
- Le Bon Marché fête ses 160 ans cette année. Pendant tout le dernier trimestre, 1 000 m² du rez-de-chaussée du magasin sont dédiés à cet anniversaire. Des marques ont préparé 160 produits exclusifs. Un livre, un dvd et un carnet de timbres de collection sortent à cette occasion tandis que diverses expositions et créations prennent possession des différents niveaux.
- Le Groupe Bon Marché sera désormais accompagné pour sa communication, en publicité et en édition (catalogues), par Petronio Associates. En cette rentrée, c'est le mannequin Malgosia Bela qui est le nouveau visage de l'enseigne et de sa mode féminine.

DOCUMENT 2.9 : Communication éditoriale

L'enseigne alimentaire du Bon Marché à Paris mise chaque année sur le catalogue des fêtes de fin d'année pour renforcer son positionnement haut de gamme mais aussi accroître son chiffre d'affaires.

Un temple de la créativité gourmande, découvreur de produits et défricheur des dernières tendances culinaires. Voilà l'image sur laquelle travaille activement, depuis 2002, La Grande Épicerie de Paris du grand magasin Le Bon Marché. Le catalogue événementiel de Noël, distribué depuis mi-novembre en magasin, est un élément central de la stratégie de l'enseigne pour maintenir ce positionnement haut de gamme. « *Ce catalogue est l'illustration des idées que nous glanons tout au long de l'année* », explique Frédéric VERBRUGGHE, directeur général de La Grande Épicerie. [...]

Faire rêver

Si le catalogue est en effet un véhicule d'image pour l'enseigne, il est également générateur de ventes. Tiré entre 15 000 et 20 000 exemplaires, le support s'insère entre de l'affichage en points de vente et des actions de mailing très ciblées.

La Grande Épicerie, qui veut se différencier des codes de la grande distribution, mise beaucoup sur ce vecteur de communication papier (quatre parutions en moyenne par an). C'est d'ailleurs le travail du bureau de création « Vue sur la ville » d'en faire depuis sept ans « *des produits originaux que l'on ait envie de feuilleter, de toucher et de conserver* », déclare Alain LACHARTRE, son directeur associé. [...]

DOCUMENT 3 : Septembre 2012,

Le Bon Marché lance de grands travaux

Le Bon Marché entre dans une période de grands travaux. Ces jours-ci, c'est la mode masculine du grand magasin parisien qui fait l'objet d'un réaménagement, en plus de l'arrivée de nouvelles boutiques de luxe (*Fendi, Prada* notamment). Mais ce n'est que le début d'un vaste projet de rénovation et d'extension, qui va aussi toucher la *Grande Epicerie* et la femme, et qui doit s'étaler jusqu'au début de 2016, sans fermeture des points de vente bien sûr.

Des rénovations, le *Bon Marché* en connaît régulièrement, comme ses confrères *Galleries Lafayette-Bhv* et *Printemps*. Fin 2009, par exemple, un chantier avait permis de remettre en valeur sa verrière d'origine. Et en 2010, l'homme avait pris un peu plus ses aises. En revanche, le grand magasin du groupe *Lvmh* avait perdu l'habitude des agrandissements. Or, avec les 4.000 m² nouveaux autorisés en Cdac fin 2011, le *Bon Marché* va pouvoir porter sa surface de vente totale à quelque 38.000 m². Sa maison mère, *Lvmh*, en attend évidemment un retour sur investissement.

La *Grande Epicerie*, son supermarché haut de gamme, c'est un chiffre d'affaires (2011) de 67 millions d'€ (+4%), pour un bénéfice net de 6,5 millions (+18%). Le magasin principal était pour sa part à 260 millions d'€, selon ses derniers comptes publiés pour 2010 (+10%), pour un profit net de 18 millions (-3%). Mais *Lvmh* parle « d'une belle progression d'activité » pour le *Bon Marché* en 2011, « portée par le luxe et la mode », et une contribution de la chaussure femme et du rez-de-chaussée, tous deux réaménagés. Sans oublier « une hausse des achats de la clientèle étrangère (autour de 25 à 30%), dont le poids dans les ventes a sensiblement augmenté ».

Bref, le grand magasin, qui fête cette année ses 160 ans, a repris sa course en avant, après la parenthèse de 2009. Cette année

là, le magasin principal comme la *Grande Epicerie* avaient vu chiffre d'affaires et profits fléchir. Et si le vaste chantier qui a démarré au *Bon Marché* peut perturber la clientèle, sa direction assure qu'il ne fera pas perdre de chiffre d'affaires et elle n'envisage, au pire, qu'une éventuelle réduction de la progression des ventes.

« L'idée de ce programme ambitieux de rénovation et d'extension du Bon Marché, c'est d'abord de renforcer la circulation des visiteurs et la visibilité entre les deux magasins, le Bon Marché et la Grande Epicerie », explique Patrice Wagner, le Pdg du groupe *Bon Marché* (*Bon Marché, Grande Epicerie, Franck & Fils*). C'était un peu compliqué, par exemple, de suivre l'homme au *Bon Marché*, éparpillé entre le sous-sol, le rez-de-chaussée et le troisième étage. Pas simple, non plus, de tomber sur les marques de mode pour jeune femme, au-dessus des rayons traiteur, boucherie ou poissonnerie de la *Grande Epicerie*. « Certains clients vont au Bon Marché et pas à la Grande Epicerie et inversement. Il n'est pas question de fondre ces deux enseignes. Il faut que chacune garde son identité, ses spécificités. » Le grand magasin proprement dit et son supermarché, séparés par la rue du Bac, seront toujours reliés par une passerelle. Et même par une seconde, au-dessus de la première.

Car la *Grande Epicerie* va elle aussi s'agrandir en 2013 dans ses étages, en convertissant les bureaux, qu'elle loue actuellement, en espace de vente. Le cœur du bâtiment va s'ouvrir, avec une trémie « spectaculaire », comme au *Bon Marché*, et la réouverture de sa cour intérieure. En retrouvant son sous-sol, le supermarché va pouvoir agrandir sa cave, qui communiquera, sous la rue du Bac, avec la mode masculine, réunie au sous-sol de l'autre magasin. Les deux rayons y gagnent. La *Grande Epicerie* étend sa surface de vente de 700 m² (pour la porter à 3.700 m²), octroyant 20% de plus à cette cave, mais donnant surtout un coup de jeune – par une scénarisation plus poussée des produits – à une *Grande Epicerie* qui a quand même vieilli.

DOCUMENT 4 : Fiche de poste Premier(ère) Vendeur(se)

Premier(ère) vendeur(se)

Mission

Rattaché hiérarchiquement au responsable commercial des stands et/ou au responsable de rayon, le (la) premier(ère) vendeur(se) assure la coordination du travail d'une équipe, l'approvisionnement, la mise en rayon et la vente dans l'objectif de développer le chiffre d'affaires du rayon.

Organigramme



Responsable commercial des stands
Responsable de rayon
Premier(ère) Vendeur(se)
Vendeur(se)

Principales activités

Coordonner l'équipe de travail

- ▶ Répartir et coordonner le travail de l'équipe
- ▶ Communiquer les consignes aux membres de l'équipe
- ▶ Accueillir et participer à la formation des nouveaux collaborateurs
- ▶ Veiller à l'application des règles d'hygiène et de sécurité et alerter le N+1 en cas de non respect de ces règles
- ▶ Remonter au N+1 et redescendre à l'équipe les informations sur la vie du rayon et du magasin

Développer les ventes et fidéliser le client

- ▶ Accueillir le client, rechercher les besoins, proposer, conseiller, argumenter, servir et prendre congé du client
- ▶ Effectuer des ventes complémentaires
- ▶ Préparer le produit à la vente, peser et emballer
- ▶ Effectuer l'encaissement
- ▶ Gérer les litiges clients ou orienter le client vers son N+1 selon l'importance du litige
- ▶ Veiller à la qualité d'accueil sur le rayon

Gérer et présenter les produits

- ▶ Assurer l'ouverture et la fermeture du rayon
- ▶ Effectuer la mise en place et le réassort du rayon
- ▶ Participer à la gestion des stocks et passer les commandes
- ▶ Gérer les litiges fournisseurs et alerter le N+1 selon l'importance du litige
- ▶ Contrôler le balisage, les étiquettes et les affichages divers et apporter les modifications nécessaires
- ▶ Suivre la démarque
- ▶ Suivre les DLC et les DLUO
- ▶ Proposer et participer aux changements d'implantation du rayon
- ▶ Participer à la mise en place des opérations commerciales et des animations en coordination avec les autres rayons
- ▶ Participer aux inventaires et à leurs préparations
- ▶ Saisir les cessions
- ▶ S'informer sur la vie du rayon et du magasin

DOCUMENT 5 : Agenda électronique de la semaine 6

4 février 2013 -

10 février 2013

janvier 2013

	lu	ma	me	je	ve	sa	di
31	1	2	3	4	5	6	
	7	8	9	10	11	12	13
	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30	31			

février 2013

	lu	ma	me	je	ve	sa	di
					1	2	3
	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17
	18	19	20	21	22	23	24
	25	26	27	28			

mars 2013

	lu	ma	me	je	ve	sa	di
					1	2	3
	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17
	18	19	20	21	22	23	24
	25	26	27	28	29	30	31

Jour

Semaine

Mois

☐ Afficher la semaine de travail
 ☒ Afficher la semaine entière

←

→

4 - 10 février 2013

Rechercher Calendrier

4	lundi	5	mardi	6	mercredi	7	jeudi	8	vendredi	9	samedi	10	dimanche
09 ⁰⁰	Accueil et formation des nouveaux collaborateurs												
10 ⁰⁰													
11 ⁰⁰													
12 ⁰⁰						Passer les commandes Chocolats de Pâques							
13 ⁰⁰													
14 ⁰⁰													
15 ⁰⁰	Préparer la commande de l'OP Chocolats de Pâques												
16 ⁰⁰													
17 ⁰⁰													
18 ⁰⁰													
19 ⁰⁰													

Implantation de l'OP

Implantation de l'OP
Chocolats de Pâques
Semaine 11
(Le 13/03/2013)

DOCUMENT 6 : Baromètre satisfaction juin 2012

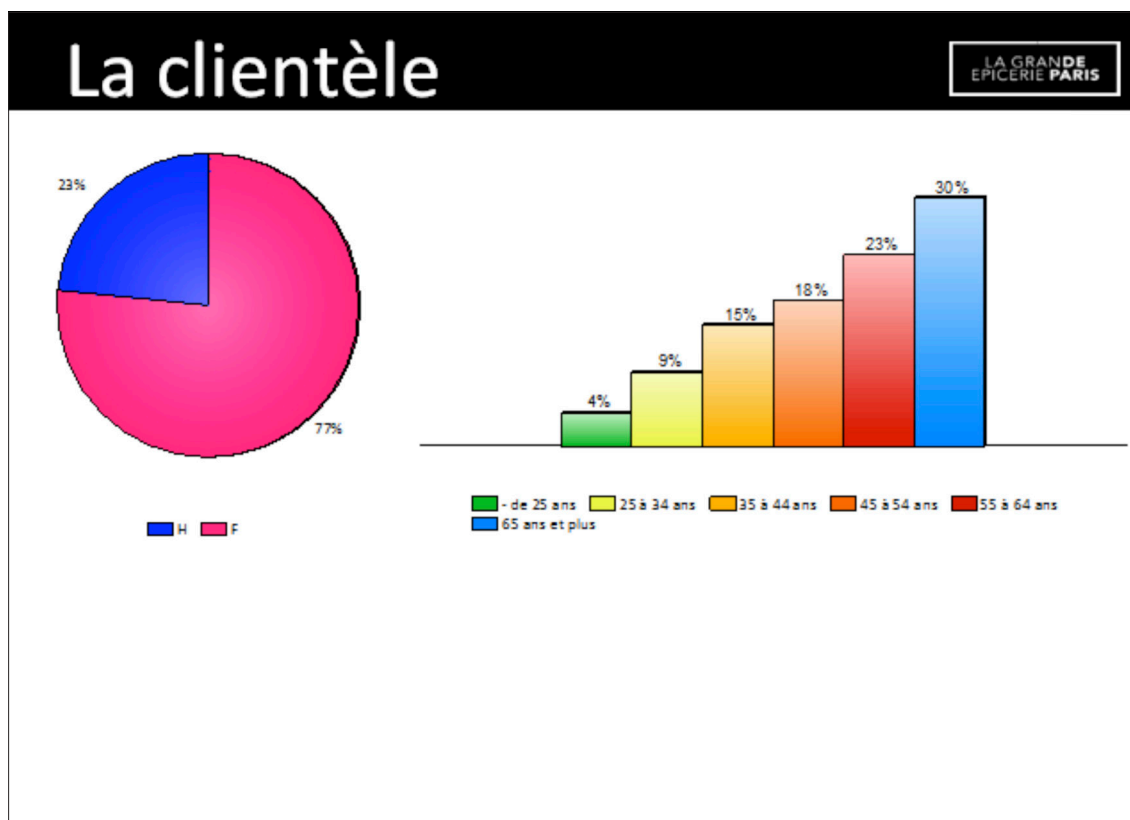
LA GRANDE
EPICERIE PARIS



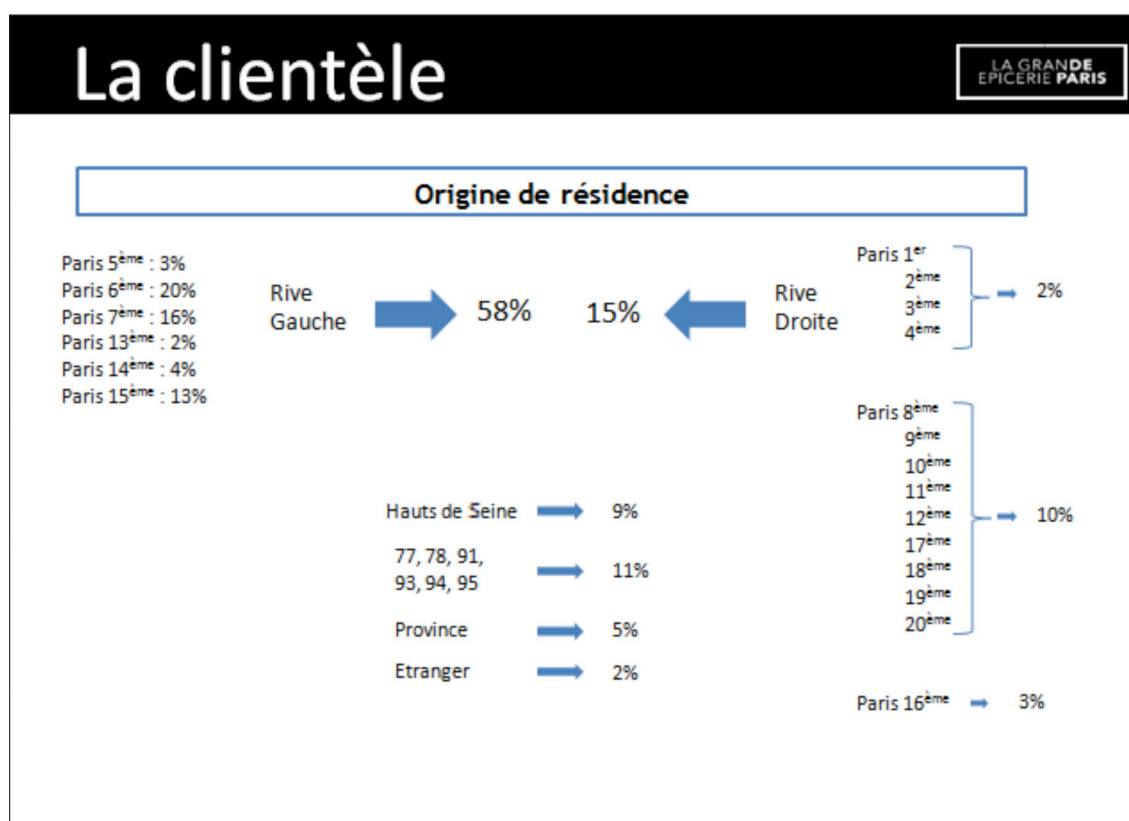
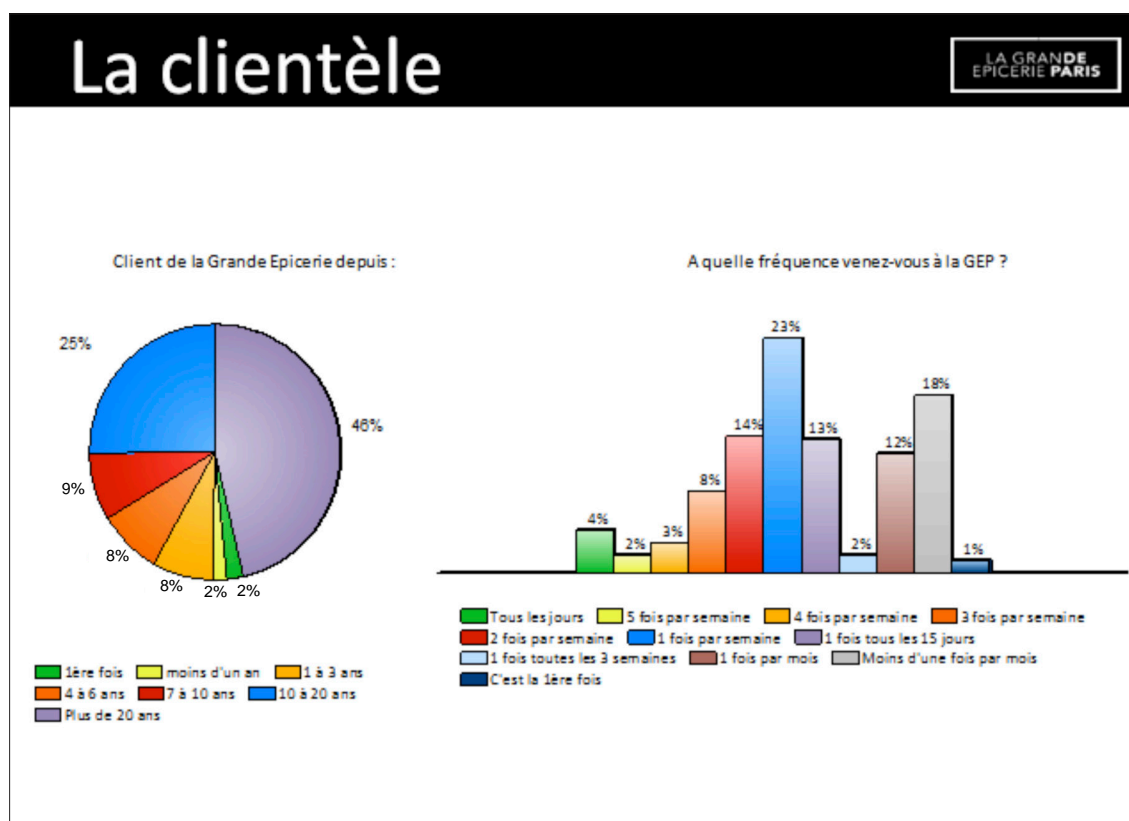
Baromètre satisfaction Juin 2012



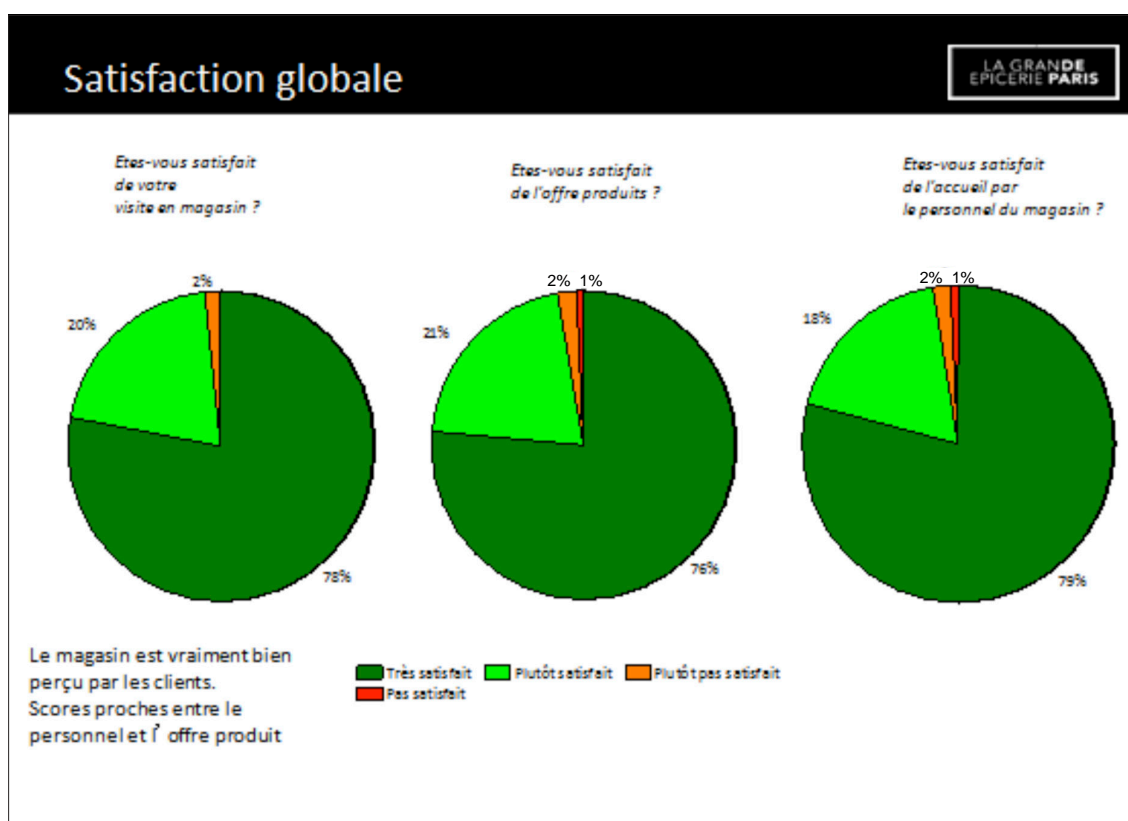
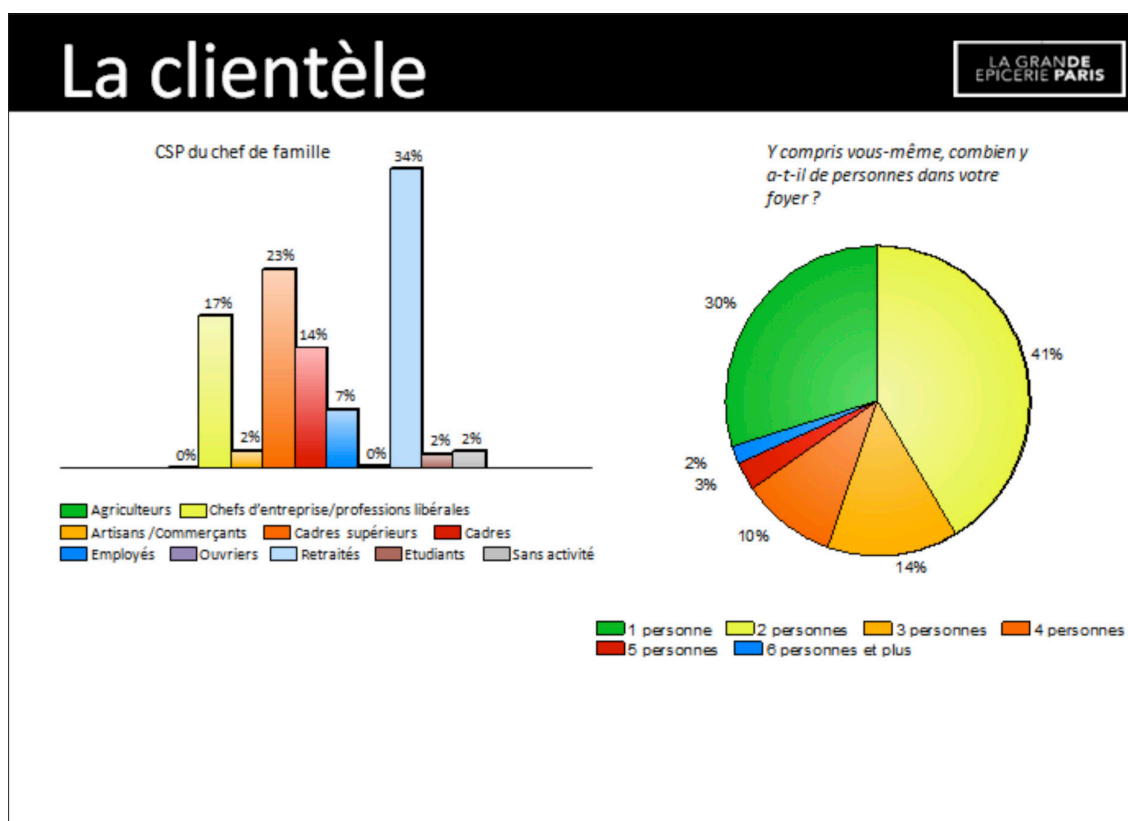
35 rue de la République 92150 Suresnes. Email : opinion.mkt@rphée.fr Tél : 01 42 04 20 00 - Site : www.rphée.fr



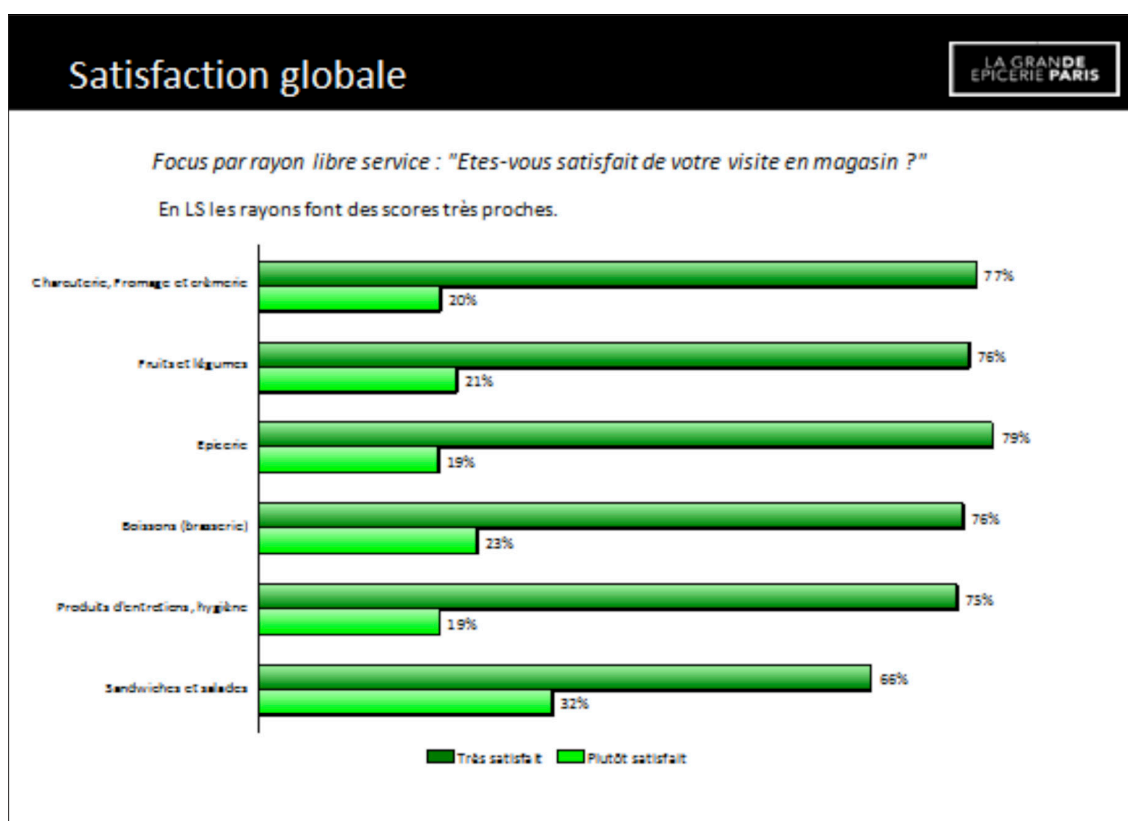
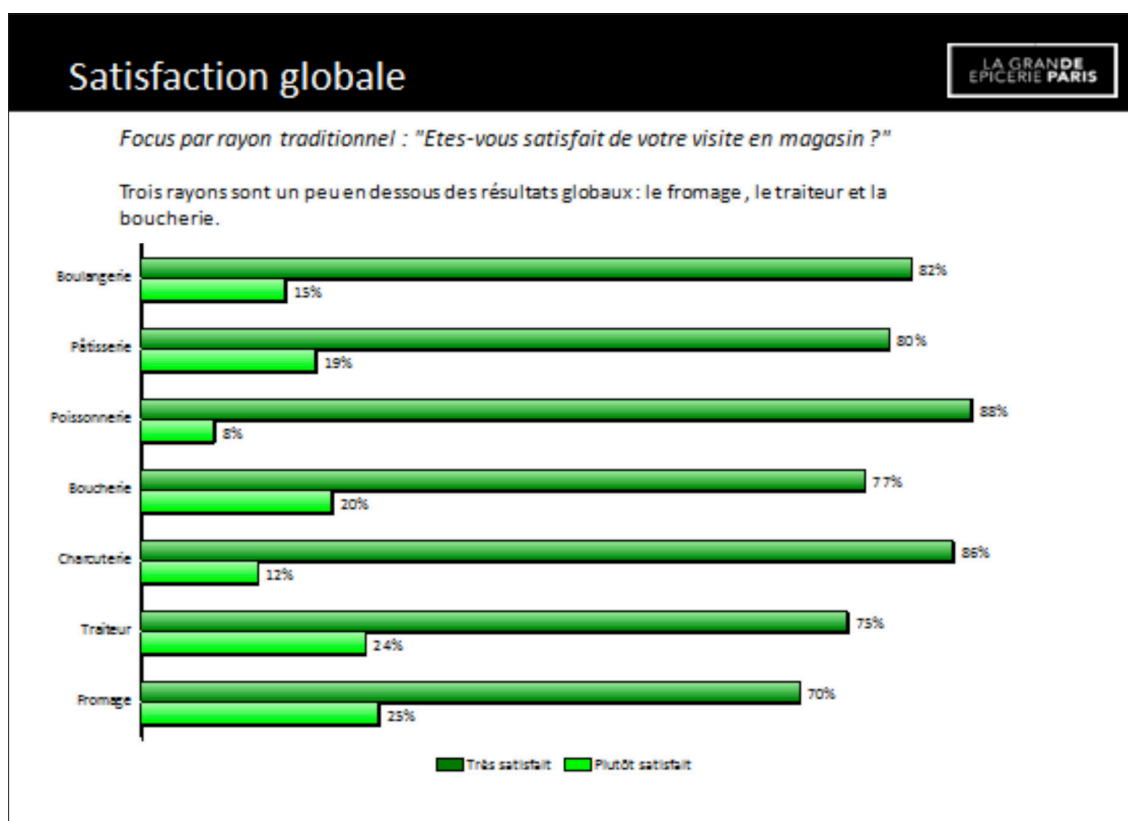
DOCUMENT 6 (suite)



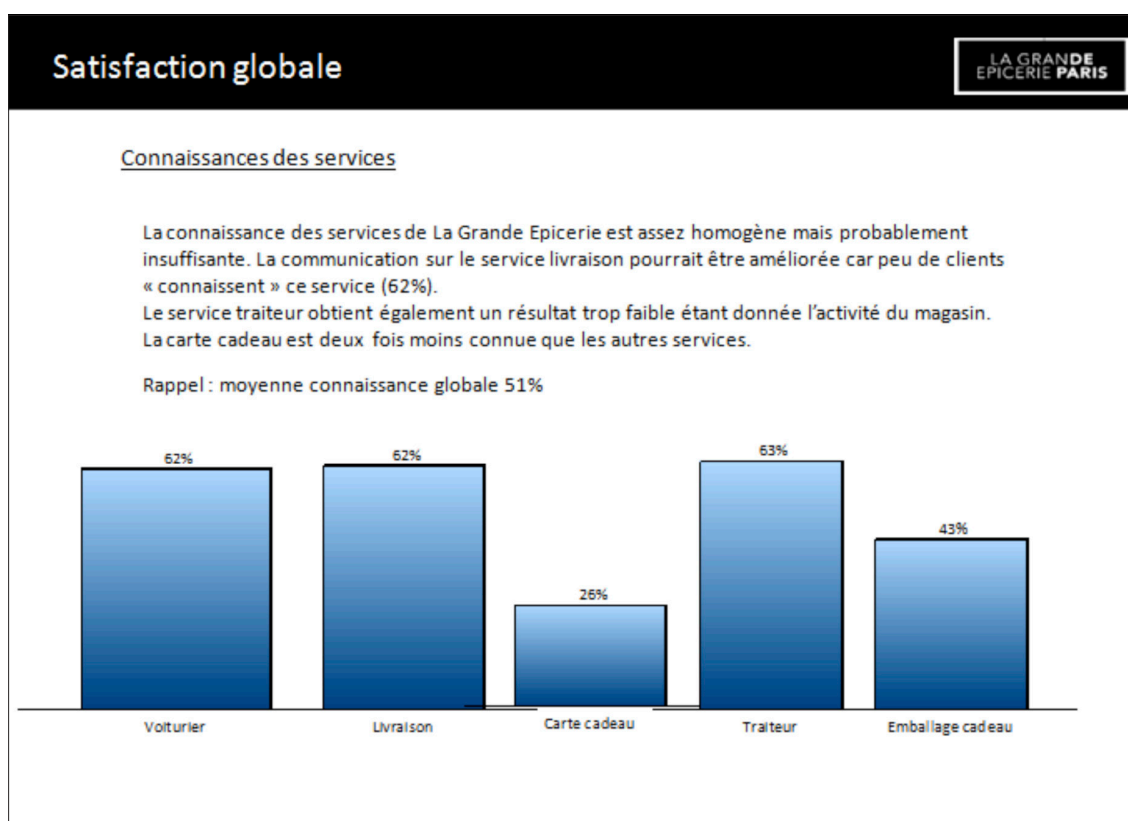
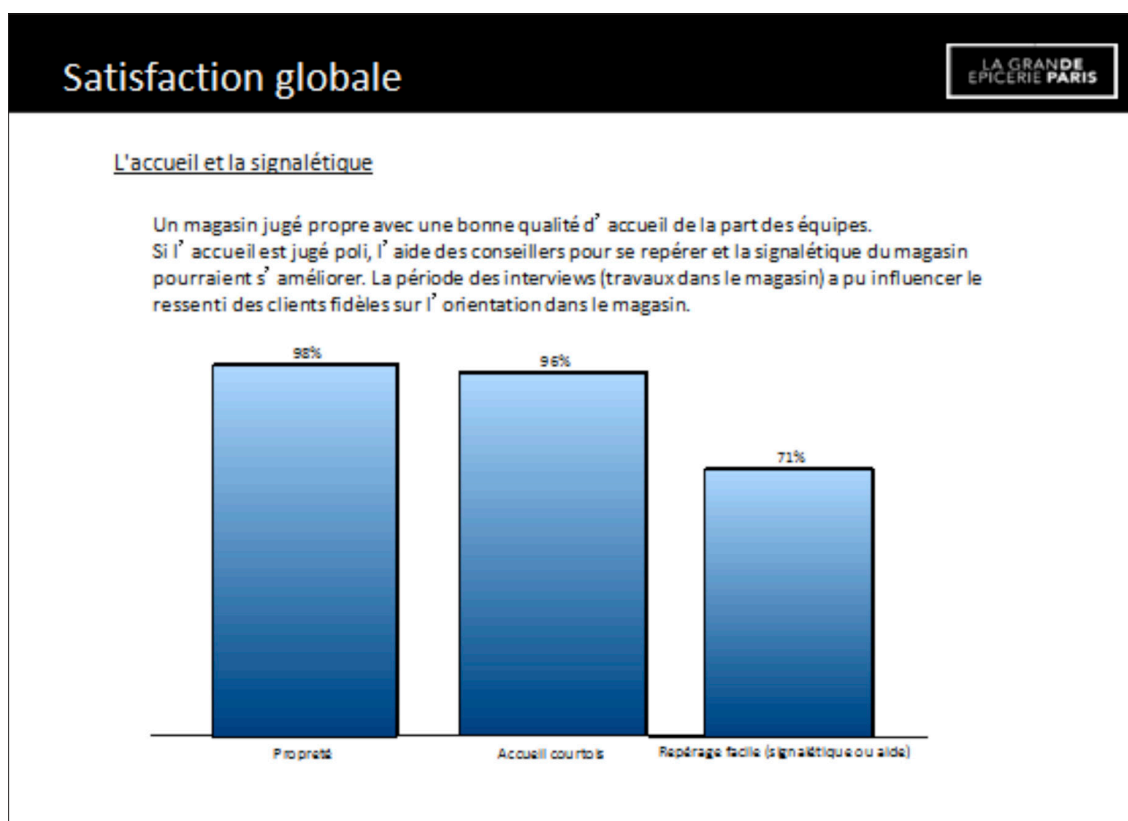
DOCUMENT 6 (suite)



DOCUMENT 6 (suite)



DOCUMENT 6 (suite et fin)



ANNEXE 1 : Présentation de La Grande Épicerie de Paris



LA GRANDE
ÉPICERIE PARIS

BIENVENUE

1

diapositive 1

Commentaires :

ANNEXE 1 (suite et fin)

Commentaires :

ANNEXE 2 : Présentation de notre clientèle et de son comportement



Baromètre satisfaction Juin 2012

LA GRANDE
EPICERIE PARIS

NOTRE CLIENTÈLE

2

diapositive 2

Commentaires :

ANNEXE 3 : Présentation de notre positionnement



LA GRANDE
EPICERIE PARIS

NOTRE POSITIONNEMENT

3

diapositive 3

Commentaires :

ANNEXE 3 (suite et fin)

Commentaires :

PROPOSER UN PLAN D'ACHAT

Vous préparez l'opération « Chocolats de Pâques 2013 ». Vous devez analyser les résultats 2010, 2011 et 2012 et proposer un plan d'achat pour 2013.

Documents 7 à 11

Étape 1 : Analyser les résultats des ventes par fournisseur du sous-rayon confiserie de Pâques libre-service

Arnaud DURET vous demande de lui remettre une note de synthèse sur l'évolution des résultats du sous-rayon confiserie pour les opérations « Chocolats de Pâques » en libre-service 2010, 2011 et 2012.

Vous présentez un constat global des opérations précédentes. Vous développez vos commentaires en exploitant chaque indicateur de gestion et vous concluez en mettant en évidence les fournisseurs à retenir.

Annexe 4

Étape 2 : Établir une proposition de plan d'achat

À partir de votre analyse, Arnaud DURET vous demande de lui présenter une proposition de plan d'achat pour le fournisseur qui s'est imposé en termes de chiffre d'affaires et de marge.

Vous établissez le plan d'achat prévisionnel à destination de ce fournisseur en tenant compte de l'ensemble des règles qu'Arnaud DURET impose lors d'une commande « Confiserie ».

Annexe 5

LA GRANDE
EPICERIE PARIS

	Qté	C.ATTC	Marge brute	C.A HT
ABANICO SI	33	1 151,40 €	555,12 €	1 091,37 €
CARAQUE D'OR	1557	5 105,70 €	2 915,93 €	4 839,53 €
CFCC 936	4777	34 777,80 €	22 026,70 €	32 964,74 €
DOUCEURS D	93	520,80 €	294,63 €	493,65 €
FERME CHOC	622	6 078,30 €	3 193,12 €	5 761,42 €
FIZZY	44	375,60 €	213,86 €	356,02 €
FRUIDORAIX	873	3 070,40 €	1 777,93 €	2 910,33 €
ICKX CHOCO	1648	4 851,10 €	3 371,50 €	4 598,20 €
MAFFREN CO	1059	5 938,20 €	3 589,10 €	5 628,63 €
MEDICIS CO	1108	6 617,57 €	4 003,78 €	6 272,58 €
PCB CREATI	1	12,50 €	8,28 €	11,85 €
	11815	68 499,37 €	41 949,95 €	64 928,31 €

Familles	Qté	CA HT	Marge
A	3347	23 425,18 €	15 441,37 €
B	2417	11 007,39 €	7 364,58 €
C	541	824,64 €	472,90 €
D	476	3 312,89 €	1 831,54 €
E	1646	12 306,26 €	7 429,83 €
F	3022	8 929,48 €	5 756,52 €
G	303	4 512,51 €	3 294,64 €
H	63	609,95 €	358,58 €
	11815	64 928,31 €	41 949,95 €

Code	Libellé	Famille	Fournisseur	Qté Achats	Qté Ventes	CATTC	Marge brute totale	CA HT	Coût d'achat M/ses vendues	PV unitaire TTC	PV unitaire HT	Marge unitaire	TVA	PA HT	Taux marque
112045	ŒUF A CHOC NOIR	A	ABANICO SI	20	16	563,20 €	273,84 €	533,84 €	260,00 €	35,20 €	33,36 €	17,11 €	B	16,25 €	51,30%
112044	ŒUF A CHOC LAIT	A	ABANICO SI	20	11	387,20 €	188,26 €	367,01 €	178,75 €	35,20 €	33,36 €	17,11 €	B	16,25 €	51,30%
112043	POULE A CHOC NOIR	B	ABANICO SI	15	6	201,00 €	93,02 €	190,52 €	97,50 €	33,50 €	31,75 €	15,50 €	B	16,25 €	48,82%
3					33	1 151,40 €	555,12 €	1 091,37 €	536,25 €						50,47%
104418	2 MINI POULES LAIT	B	CARAQUE D'	1300	1 273	3 453,40 €	2 127,66 €	3 273,36 €	1 145,70 €	2,71 €	2,57 €	1,67 €	B	0,90 €	65,00%
112433	2 LAPINS FOURRÉS	D	CARAQUE D'	100	88	246,40 €	154,35 €	233,55 €	79,20 €	2,80 €	2,65 €	1,75 €	B	0,90 €	66,09%
112431	CUBE 12 LAPINS	D	CARAQUE D'	75	65	292,50 €	173,25 €	277,25 €	104,00 €	4,50 €	4,27 €	2,67 €	B	1,60 €	62,49%
112490	CUBE 9 LAPINS FOURRÉS	D	CARAQUE D'	60	56	756,00 €	268,59 €	716,59 €	448,00 €	13,50 €	12,80 €	4,80 €	B	8,00 €	37,48%
112434	2 MOUTONS FOURRÉS	C	CARAQUE D'	55	53	148,40 €	92,96 €	140,66 €	47,70 €	2,80 €	2,65 €	1,75 €	B	0,90 €	66,09%
112510	CUBE 6 MOUTONS FOURRÉS	C	CARAQUE D'	35	22	209,00 €	99,10 €	198,10 €	99,00 €	9,50 €	9,00 €	4,50 €	B	4,50 €	50,03%
6					1 557	5 105,70 €	2 915,93 €	4 839,53 €	1 923,60 €						57,86%
112046	SUCETTES PÂQUES	F	CFCC 936	725	630	945,00 €	561,83 €	895,73 €	333,90 €	1,50 €	1,42 €	0,89 €	B	0,53 €	62,72%
90866	1 AGNEAU BLANC	C	CFCC 936	500	466	512,60 €	280,84 €	485,88 €	205,04 €	1,10 €	1,04 €	0,60 €	B	0,44 €	57,80%
111575	1 ŒUF COCOTTE	A	CFCC 936	525	415	1 079,00 €	616,05 €	1 022,75 €	406,70 €	2,60 €	2,46 €	1,48 €	B	0,98 €	60,23%
112092	CUBE D'ŒUFS NOIR	A	CFCC 936	400	363	5 263,50 €	3 638,74 €	4 989,10 €	1 350,36 €	14,50 €	13,74 €	10,02 €	B	3,72 €	72,93%
47294	280 GRS ŒUFS ALU LAIT	A	CFCC 936	350	322	4 381,00 €	2 954,77 €	4 152,61 €	1 197,84 €	13,61 €	12,90 €	9,18 €	B	3,72 €	71,15%
90869	150 GRS DE SARDINES	E	CFCC 936	275	267	1 842,30 €	1 086,77 €	1 746,26 €	659,49 €	6,90 €	6,54 €	4,07 €	B	2,47 €	62,23%
90868	150 GRS DE MAQUEREAUX	E	CFCC 936	250	244	1 683,60 €	917,51 €	1 595,83 €	678,32 €	6,90 €	6,54 €	3,76 €	B	2,78 €	57,49%
71213	150 GRS ROUGET	E	CFCC 936	240	235	1 668,50 €	928,22 €	1 581,52 €	653,30 €	7,10 €	6,73 €	3,95 €	B	2,78 €	58,69%
111635	6 ŒUFS F. GIANDUJA	A	CFCC 936	180	177	1 380,60 €	894,45 €	1 308,63 €	414,18 €	7,80 €	7,39 €	5,05 €	B	2,34 €	68,35%
78120	SARDINES X 6	E	CFCC 936	175	166	946,20 €	521,71 €	896,87 €	375,16 €	5,70 €	5,40 €	3,14 €	B	2,26 €	58,17%
104433	6 ŒUFS CREUX	A	CFCC 936	175	161	949,90 €	512,37 €	900,38 €	388,01 €	5,90 €	5,59 €	3,18 €	B	2,41 €	56,91%
91071	SUJET CHOCOLAT	F	CFCC 936	175	158	1 406,20 €	768,83 €	1 332,89 €	564,06 €	8,90 €	8,44 €	4,87 €	B	3,57 €	57,68%
90864	PETIT LAPIN L/N/B	D	CFCC 936	150	149	536,40 €	307,29 €	508,44 €	201,15 €	3,60 €	3,41 €	2,06 €	B	1,35 €	60,44%
10587	BOÎTE DE 12 SARDINES CHOCOLAT	E	CFCC 936	130	126	1 247,40 €	690,97 €	1 182,37 €	491,40 €	9,90 €	9,38 €	5,48 €	B	3,90 €	58,44%
104721	FRITURES LAIT 250 GRS	E	CFCC 936	115	111	1 054,50 €	678,74 €	999,53 €	320,79 €	9,50 €	9,00 €	6,11 €	B	2,89 €	67,91%
97590	2 POUSSENS IVOIRINE	B	CFCC 936	100	95	456,00 €	306,83 €	432,23 €	125,40 €	4,80 €	4,55 €	3,23 €	B	1,32 €	70,99%
111629	FRITURES NOIR 250 GRS	E	CFCC 936	100	91	864,50 €	549,16 €	819,43 €	270,27 €	9,50 €	9,00 €	6,03 €	B	2,97 €	67,02%
112054	POULE NOIR	B	CFCC 936	85	84	502,00 €	330,51 €	475,83 €	145,32 €	5,98 €	5,66 €	3,93 €	B	1,73 €	69,46%
112053	POULE LAIT	B	CFCC 936	85	83	502,60 €	341,11 €	476,40 €	135,29 €	6,06 €	5,74 €	4,11 €	B	1,63 €	71,60%
111979	POISSON CHOCOLAT 145 GRS	E	CFCC 936	75	75	667,50 €	475,20 €	632,70 €	157,50 €	8,90 €	8,44 €	6,34 €	B	2,10 €	75,11%
111647	CLOCHE LAIT/NOIR	H	CFCC 936	100	63	643,50 €	358,58 €	609,95 €	251,37 €	10,21 €	9,68 €	5,69 €	B	3,99 €	58,79%
112077	CORBEILLE O ROCHER 285 GRS PM	G	CFCC 936	75	61	1 616,50 €	1 144,88 €	1 532,23 €	387,35 €	26,50 €	25,12 €	18,77 €	B	6,35 €	74,72%
104724	FRITURES BLANC 250 GRS	E	CFCC 936	60	56	532,00 €	291,47 €	504,27 €	212,80 €	9,50 €	9,00 €	5,20 €	B	3,80 €	57,80%
112075	CORBEILLE POULE 250 GRS GM	B	CFCC 936	55	50	1 625,00 €	1 199,78 €	1 540,28 €	340,50 €	32,50 €	30,81 €	24,00 €	B	6,81 €	77,89%
104725	FRITURES ORANGE 250 GRS	E	CFCC 936	35	35	332,50 €	187,07 €	315,17 €	128,10 €	9,50 €	9,00 €	5,34 €	B	3,66 €	59,35%
112220	CORBEILLE PETITE POULE	B	CFCC 936	45	31	387,50 €	235,55 €	367,30 €	131,75 €	12,50 €	11,85 €	7,60 €	B	4,25 €	64,13%
112076	CORBEILLE O ROCHER 450 G	G	CFCC 936	30	26	897,00 €	633,14 €	850,24 €	217,10 €	34,50 €	32,70 €	24,35 €	B	8,35 €	74,47%
112079	CORBEILLE NOUGATINE 200 GRS	G	CFCC 936	30	26	585,00 €	419,30 €	554,50 €	135,20 €	22,50 €	21,33 €	16,13 €	B	5,20 €	75,62%
112078	CORBEILLE O BLANC 250 GRS PM	G	CFCC 936	12	11	269,50 €	195,06 €	255,45 €	60,39 €	24,50 €	23,22 €	17,73 €	B	5,49 €	76,36%
29					4 777	34 777,80 €	22 026,70 €	32 964,74 €	10 938,04 €						65,67%
110928	BROCHETTE DE QUARTIER	F	DOUCEURS D	95	93	520,80 €	294,63 €	493,65 €	199,02 €	5,60 €	5,31 €	3,17 €	B	2,14	59,68%
1					93	520,80 €	294,63 €	493,65 €	199,02 €						59,68%
90887	MINI POULE LAIT 55 GRS	B	FERME CHOC	195	175	1 505,00 €	770,29 €	1 426,54 €	656,25 €	8,60 €	8,15 €	4,40 €	B	3,75 €	54,00%
104422	LAPIN NOIR LAIT BLANC	D	FERME CHOC	150	118	1 663,80 €	928,06 €	1 577,06 €	649,00 €	14,10 €	13,36 €	7,86 €	B	5,50 €	58,85%
58767	MINI POULE NOIR 55 GRS	B	FERME CHOC	110	89	765,40 €	391,75 €	725,50 €	333,75 €	8,60 €	8,15 €	4,40 €	B	3,75 €	54,00%
71286	POISSON BERLINGOTS LAIT 65 GRS	E	FERME CHOC	90	83	763,60 €	400,09 €	723,79 €	323,70 €	9,20 €	8,72 €	4,82 €	B	3,90 €	55,28%
84255	RÉGLETTE POISSONS 70 GRS	E	FERME CHOC	70	67	552,50 €	269,10 €	523,70 €	254,60 €	8,25 €	7,82 €	4,02 €	B	3,80 €	51,38%
90886	POISSON BERLINGOT NOIR 65 GRS	E	FERME CHOC	55	46	423,20 €	221,74 €	401,14 €	179,40 €	9,20 €	8,72 €	4,82 €	B	3,90 €	55,28%
74636	POISSON BERLINGOT IVOIRE 65 GRS	E	FERME CHOC	55	44	404,80 €	212,10 €	383,70 €	171,60 €	9,20 €	8,72 €	4,82 €	B	3,90 €	55,28%
7					622	6 078,30 €	3 193,12 €	5 761,42 €	2 568,30 €						54,87%
104497	ROLLING COT COT	B	FIZZY	50	24	237,60 €	135,45 €	225,21 €	89,76 €	9,90 €	9,38 €	5,64 €	B	3,74 €	60,14%
104495	TIRLI BENNY	F	FIZZY	50	20	138,00 €	78,41 €	130,81 €	52,40 €	6,90 €	6,54 €	3,92 €	B	2,62 €	59,94%
2					44	375,60 €	213,86 €	356,02 €	142,16 €						60,04%
98489	SUCETTE LAIT	F	FRUIDORAIX	650	425	1 360,00 €	821,60 €	1 289,10 €	467,50 €	3,20 €	3,03 €	1,93 €	B	1,10 €	63,73%
69107	SUCETTE CHOC NOIR	F	FRUIDORAIX	350	226	723,20 €	403,00 €	685,50 €	282,50 €	3,20 €	3,03 €	1,78 €	B	1,25 €	58,79%
72018	1 ŒUF NOUGAT VANILLE	A	FRUIDORAIX	250	134	696,80 €	392,47 €	660,47 €	268,00 €	5,20 €	4,93 €	2,93 €	B	2,00 €	59,42%
111610	SUCETTE PÂQUES SUCRE	F	FRUIDORAIX	150	88	290,40 €	160,86 €	275,26 €	114,40 €	3,30 €	3,13 €	1,83 €	B	1,30 €	58,44%
4					873	3 070,40 €	1 777,93 €	2 910,33 €	1 132,40 €						60,10%
111983	130 GRS POULE SUCRE	B	ICKX CHOCO	750	507	1 977,30 €	1 432,62 €	1 874,22 €	441,60 €	3,90 €	3,70 €	2,83 €	B	0,87 €	76,44%
97579	SUCETTE JOYEUX ICKX	F	ICKX CHOCO	550	501	1 252,50 €	796,42 €	1 187,20 €	390,78 €	2,50 €	2,37 €	1,59 €	B	0,78 €	67,08%
97578	SUCETTE PÂQUES ICKX	F	ICKX CHOCO	450	396	1 255,30 €	912,66 €	1 189,86 €	277,20 €	3,17 €	3,00 €	2,30 €	B	0,70 €	76,70%
97580	SUCETTE PÂQUES ICKS	F	ICKX CHOCO	300	244	366,00 €	229,80 €	346,92 €	117,12 €	1,50 €	1,42 €	0,94 €	B	0,48 €	66,24%
4					1 648	4 851,10 €	3 371,50 €	4 598,20 €	1 226,70 €						71,62%
111614	ŒUF SUR LE PLAT	A	MAFFREN CO	550	483	917,70 €	531,76 €	869,86 €	338,10 €	1,90 €	1,80 €	1,10 €	B	0,70 €	61,13%
111617	ŒUF NOUGAT 140 GRS	A	MAFFREN CO	250	192	2 400,00 €	1 474,63 €	2 274,88 €	800,26 €	12,50 €	11,85 €	7,68 €	B	4,17 €	64,82%
111615	ŒUF POUSSIN PAMANDE	A	MAFFREN CO	150	138	717,60 €	406,95 €	680,19 €	273,24 €	5,20 €	4,93 €	2,95 €	B	1,98 €	59,83%
111616	SUCETTE PAMANDE	F	MAFFREN CO	110	109	305,20 €	192,28 €	289,29 €	97,01 €	2,80 €	2,65 €	1,76 €	B	0,89 €	66,47%
68661	150 GRS FONDANTS	G	MAFFREN CO	95	93	827,70 €	523,96 €	784,55 €	260,59 €	8,90 €	8,44 €	5,63 €	B	2,80 €	66,79%
111618	ŒUF NOUGAT 300 GRS	A	MAFFREN CO	60	44	770,00 €	459,52 €	729,86 €	270,34 €	17,50 €	16,59 €	10,44 €	B	6,14 €	62,96%
6					1 059	5 938,20 €	3 589,10 €	5 628,63 €	2 039,53 €						63,67%
79016	200 GRS ŒUFS LIQUEUR	A	MEDICIS CO	500	409	2 126,80 €	1 251,09 €	2 015,92 €	764,83 €	5,20 €	4,93 €	3,06 €	B	1,87 €	62,06%
104429	ŒUFS NOUGATINE 200 GRS	A	MEDICIS CO	250	214	1 386,92 €	824,98 €	1 314,62 €	489,63 €	6,48 €	6,14 €	3,86 €	B	2,29 €	62,75%
88578	200 GRS CŒURS PÂQUES LAIT	F	MEDICIS CO	150	132	858,00 €	536,20 €	813,27 €	277,07 €	6,50 €	6,16 €	4,06 €	B	2,10 €	65,93%
104430	ŒUFS FEUILLETÉS 200 GRS	A	MEDICIS CO	150	109	866,55 €	565,77 €	821,37 €	255,61 €	7,95 €	7,54 €	5,19 €	B	2,35 €	68,88%
104428	ŒUFS COQUIN	A	MEDICIS CO	100	88	457,60 €	283,26 €	433,74 €	150,48 €	5,20 €	4,93 €	3,22 €	B	1,71 €	65,31%
98363	150 GRS CARAMELOFF	G	MEDICIS CO	100	85	552,50 €	370,02 €	523,70 €	153,68 €	6,50 €	6,16 €	4,35 €	B	1,81 €	70,65%
111674	200 GRS ŒUF CALIN LAIT	A	MEDICIS CO	75											

DOCUMENT 7 (suite et fin)



	TVA A : 19,6 %
	TVA B : 5,50 %
Démarque	846,20 €
	1,26%
Panier moyen	6,92 €

	Qté	C.ATTC	Marge brute	C.A HT
ABANICO SI	7	246,40 €	119,77 €	233,52 €
CARAQUE D'OR	1 211	3 277,90 €	2 000,66 €	3 107,46 €
CFCC 936	2 328	18 051,22 €	10 743,06 €	17 103,66 €
DOUCET ST	163	2 147,50 €	1 606,22 €	2 035,42 €
FERME CHOC	693	6 234,71 €	3 262,71 €	5 910,06 €
FIRMA	248	1 939,40 €	1 148,00 €	1 838,00 €
GONNIN PHI	51	300,90 €	183,09 €	285,09 €
GUT CONFIS	269	1 129,80 €	640,22 €	1 070,62 €
ICKX CHOCO	2 262	7 843,84 €	5 347,57 €	7 443,96 €
MAFFREN CO	872	3 944,70 €	2 463,01 €	3 738,94 €
MEDICIS CO	1 156	7 999,20 €	5 007,47 €	7 581,90 €
MERCIER BI	442	13 976,16 €	9 099,48 €	13 245,53 €
	9 702	67 091,73 €	41 621,26 €	63 594,16 €

Familles	Qté	CA HT	Marge
A	1 990	9 246,40 €	6 021,93 €
B	2 264	8 550,16 €	5 641,32 €
C	98	334,18 €	236,18 €
D	253	1 261,54 €	829,88 €
E	2 031	15 095,64 €	9 174,09 €
F	2 328	13 346,77 €	8 981,50 €
G	738	15 759,47 €	10 736,36 €
H	0	- €	- €
	9 702	63 594,16 €	41 621,26 €

Code	Libellé	Famille	Fournisseur	Qté Achats	Qté Ventes	CATTC	Marge brute totale	CA HT	Coût d'achat M/ses vendues	PV unitaire TTC	PV unitaire HT	Marge unitaire	PA HT	Taux marque	
112045	ŒUF A CHOC NOIR	A	ABANICO SI	20	5	176,00 €	85,55 €	166,80 €	81,25 €	35,20 €	33,36 €	17,11 €	B	16,25 €	51,29%
112044	ŒUF A CHOC LAIT	A	ABANICO SI	20	2	70,40 €	34,22 €	66,72 €	32,50 €	35,20 €	33,36 €	17,11 €	B	16,25 €	51,29%
2					7	246,40 €	119,77 €	233,52 €	113,75 €						51,29%
104418	2 MINI POULES LAIT 24 GRS	B	CARAQUE D'	900	863	2 157,50 €	1 268,61 €	2 045,31 €	776,70 €	2,50 €	2,37 €	1,47 €	B	0,90 €	62,10%
113179	2 POULES BLANCHES 24 GRS	B	CARAQUE D'	200	179	519,10 €	331,15 €	492,25 €	161,10 €	2,90 €	2,75 €	1,85 €	B	0,90 €	67,26%
113266	2 AGNEAUX LAIT 46 GRS	C	CARAQUE D'	100	98	352,80 €	236,18 €	334,18 €	98,00 €	3,60 €	3,41 €	2,41 €	B	1,00 €	70,69%
112433	2 LAPINS FOURRÉS	D	CARAQUE D'	85	71	248,50 €	164,72 €	235,72 €	71,00 €	3,50 €	3,32 €	2,32 €	B	1,00 €	69,86%
4					1 211	3 277,90 €	2 000,66 €	3 107,46 €	1 106,80 €						67,48%
114529	200 GRS ŒUFS LIQUEUR	A	CFCC 936	500	489	2 826,42 €	1 765,29 €	2 679,72 €	914,43 €	5,78 €	5,48 €	3,61 €	B	1,87 €	65,88%
78120	SARDINES X 6	E	CFCC 936	400	369	2 177,10 €	1 228,77 €	2 062,71 €	833,94 €	5,90 €	5,59 €	3,33 €	B	2,26 €	59,59%
114580	FRITURES LAIT 250 GRS	E	CFCC 936	350	324	3 078,00 €	1 979,64 €	2 916,00 €	936,36 €	9,50 €	9,00 €	6,11 €	B	2,89 €	67,91%
90869	150 GRS DE SARDINES	E	CFCC 936	280	261	1 879,20 €	1 135,35 €	1 780,02 €	644,67 €	7,20 €	6,82 €	4,35 €	B	2,47 €	63,81%
71213	150 GRS ROUGET	E	CFCC 936	200	192	1 382,40 €	775,68 €	1 309,44 €	533,76 €	7,20 €	6,82 €	4,04 €	B	2,78 €	59,26%
90868	150 GRS DE MAQUEREAUX	E	CFCC 936	200	183	1 317,60 €	739,32 €	1 248,06 €	508,74 €	7,20 €	6,82 €	4,04 €	B	2,78 €	59,27%
104722	FRITURES NOIR 250 GRS	E	CFCC 936	200	166	1 577,00 €	1 000,98 €	1 494,00 €	493,02 €	9,50 €	9,00 €	6,03 €	B	2,97 €	67,02%
114594	BOURSETTE EURO LAIT	F	CFCC 936	150	112	806,40 €	441,28 €	763,84 €	322,56 €	7,20 €	6,82 €	3,94 €	B	2,88 €	57,80%
104725	FRITURE ORANGE 250 GRS	E	CFCC 936	80	66	653,40 €	370,92 €	619,08 €	248,16 €	9,90 €	9,38 €	5,62 €	B	3,76 €	59,93%
115390	300 GRS ORANGETTE CHOCOLAT	F	CFCC 936	50	46	731,40 €	394,68 €	693,22 €	298,54 €	15,90 €	15,07 €	8,58 €	B	6,49 €	56,94%
115397	MENDIANTS LAIT 250 GRS CUBE	F	CFCC 936	50	40	580,00 €	321,60 €	549,60 €	228,00 €	14,50 €	13,74 €	8,04 €	B	5,70 €	58,53%
115402	POCHON GIANDUJA 300 GRS	F	CFCC 936	50	21	354,90 €	189,21 €	336,42 €	147,21 €	16,90 €	16,02 €	9,01 €	B	7,01 €	56,24%
104724	FRITURES BLANC 250 GRS	E	CFCC 936	50	21	207,90 €	117,18 €	196,98 €	79,80 €	9,90 €	9,38 €	5,58 €	B	3,80 €	59,51%
115429	POCHON A.CACAO MDS	F	CFCC 936	20	8	137,60 €	76,96 €	130,40 €	53,44 €	17,20 €	16,30 €	9,62 €	B	6,68 €	59,03%
115433	TAB. CHOCO NOIR ECORCES ORANGE	G	CFCC 936	20	7	30,10 €	17,99 €	28,56 €	10,57 €	4,30 €	4,08 €	2,57 €	B	1,51 €	62,95%
115434	TAB. CHOCO NOIR 70 % ABSOLU	G	CFCC 936	20	5	21,50 €	12,85 €	20,40 €	7,55 €	4,30 €	4,08 €	2,57 €	B	1,51 €	62,95%
115436	BTE RHAPSODIE 160 GRS	F	CFCC 936	20	4	66,00 €	38,64 €	62,56 €	23,92 €	16,50 €	15,64 €	9,66 €	B	5,98 €	61,76%
115446	POCHON B. ORANGE MDS	F	CFCC 936	20	3	82,50 €	50,01 €	78,21 €	28,20 €	27,50 €	26,07 €	16,67 €	B	9,40 €	63,94%
115452	TAB LAIT GIANDUJA FEUILLANTINE	G	CFCC 936	20	3	12,90 €	7,71 €	12,24 €	4,53 €	4,30 €	4,08 €	2,57 €	B	1,51 €	62,95%
115463	CUBE X 24 CHOC GIANDUJA ALU	G	CFCC 936	20	3	45,00 €	29,67 €	42,66 €	12,99 €	15,00 €	14,22 €	9,89 €	B	4,33 €	69,55%
115466	TABLETTE CHOC LAIT	G	CFCC 936	20	2	8,60 €	5,14 €	8,16 €	3,02 €	4,30 €	4,08 €	2,57 €	B	1,51 €	62,95%
115468	BTE RHAPSODIE 350 GRS	F	CFCC 936	20	2	71,00 €	41,62 €	67,30 €	25,68 €	35,50 €	33,65 €	20,81 €	B	12,84 €	61,84%
115469	TAB CARAMEL MILLEFEUILLE	F	CFCC 936	20	1	4,30 €	2,57 €	4,08 €	1,51 €	4,30 €	4,08 €	2,57 €	B	1,51 €	62,95%
23					2 328	18 051,22 €	10 743,06 €	17 103,66 €	6 360,60 €						61,85%
113121	RÉGLETTE 10 PÂTE DE FRUITS 195 GRS	F	DOUCET ST	150	135	1 552,50 €	1 190,70 €	1 471,50 €	280,80 €	11,50 €	10,90 €	8,82 €	B	2,08 €	80,92%
113125	BALLOTIN 340 GRS(*)	G	DOUCET ST	30	28	595,00 €	415,52 €	563,92 €	148,40 €	21,25 €	20,14 €	14,84 €	B	5,30 €	73,69%
2					163	2 147,50 €	1 606,22 €	2 035,42 €	429,20 €						77,31%
90887	MINI POULE LAIT 55 GRS	B	FERME CHOC	185	179	1 745,25 €	982,71 €	1 653,96 €	671,25 €	9,75 €	9,24 €	5,49 €	B	3,75 €	59,42%
91739	POISSON BERLINGOTS LAIT 65 GRS	E	FERME CHOC	150	130	1 125,80 €	560,30 €	1 067,30 €	507,00 €	8,66 €	8,21 €	4,31 €	B	3,90 €	52,51%
58767	MINI POULE NOIR 55 GRS	B	FERME CHOC	150	116	1 131,00 €	636,84 €	1 071,84 €	435,00 €	9,75 €	9,24 €	5,49 €	B	3,75 €	59,42%
84255	RÉGLETTE POISSONS 70 GRS	E	FERME CHOC	150	111	911,31 €	442,89 €	864,69 €	421,80 €	8,21 €	7,79 €	3,99 €	B	3,80 €	51,19%
90886	POISSON BERLINGOT NOIR 65 GRS	E	FERME CHOC	100	91	761,67 €	366,73 €	721,63 €	354,90 €	8,37 €	7,93 €	4,03 €	B	3,90 €	50,84%
74636	POISSON BERLINGOT IVOIRE 65 GRS	E	FERME CHOC	80	66	559,68 €	273,24 €	530,64 €	257,40 €	8,48 €	8,04 €	4,14 €	B	3,90 €	51,49%
6					693	6 234,71 €	3 262,71 €	5 910,06 €	2 647,35 €						54,15%
1	TAB PÂQUES CHOC LAIT 100 GRS	G	FIRMA	80	65	507,00 €	298,35 €	480,35 €	182,00 €	7,80 €	7,39 €	4,59 €	B	2,80 €	62,13%
1	TAB PÂQUES CHOC NOIR 100 GRS	G	FIRMA	80	61	475,80 €	279,99 €	450,79 €	170,80 €	7,80 €	7,39 €	4,59 €	B	2,80 €	62,13%
1	BOÎTE 4 DOMINOS LAIT PARIS NOIR/BLANC	G	FIRMA	60	40	208,00 €	117,20 €	197,20 €	80,00 €	5,20 €	4,93 €	2,93 €	B	2,00 €	59,42%
1	TABLETTE PÂQUES LAIT	G	FIRMA	50	29	229,10 €	136,01 €	217,21 €	81,20 €	7,90 €	7,49 €	4,69 €	B	2,80 €	62,61%
1	TABLETTE BM FÊTES	G	FIRMA	30	28	322,00 €	179,20 €	305,20 €	126,00 €	11,50 €	10,90 €	6,40 €	B	4,50 €	58,72%
1	TABLETTE PÂQUES NOIR	G	FIRMA	30	25	197,50 €	137,25 €	187,25 €	50,00 €	7,90 €	7,49 €	5,49 €	B	2,00 €	73,29%
6					248	1 939,40 €	1 148,00 €	1 838,00 €	690,00 €						63,05%
112888	BROCHETTE PÂQUES	E	GONNIN PHI	60	51	300,90 €	183,09 €	285,09 €	102,00 €	5,90 €	5,59 €	3,59 €	B	2,00 €	64,24%
1					51	300,90 €	183,09 €	285,09 €	102,00 €						64,24%
112569	ŒUFS À POIS	A	GUT CONFIS	200	180	756,00 €	428,40 €	716,40 €	288,00 €	4,20 €	3,98 €	2,38 €	B	1,60 €	59,81%
112580	ŒUFS RAYURES	A	GUT CONFIS	100	89	373,80 €	211,82 €	354,22 €	142,40 €	4,20 €	3,98 €	2,38 €	B	1,60 €	59,81%
2					269	1 129,80 €	640,22 €	1 070,62 €	430,40 €						59,81%
97578	SUCETTE PÂQUES ICKX	F	ICKX CHOCO	950	925	2 627,00 €	1 850,00 €	2 497,50 €	647,50 €	2,84 €	2,70 €	2,00 €	B	0,70 €	74,03%
112694	MINI POULE 50 GRS	B	ICKX CHOCO	550	530	1 918,60 €	1 298,50 €	1 817,90 €	519,40 €	3,62 €	3,43 €	2,45 €	B	0,98 €	71,40%
111983	130 GRS POULE SUCRE	B	ICKX CHOCO	400	397	1 548,30 €	1 123,51 €	1 468,90 €	345,39 €	3,90 €	3,70 €	2,83 €	B	0,87 €	76,47%
100634	ŒUF MOULAGE 30 GRS	A	ICKX CHOCO	250	228	668,04 €	410,40 €	633,84 €	223,44 €	2,93 €	2,78 €	1,80 €	B	0,98 €	64,69%
100635	LAPIN DANSEUR LAIT 70 GRS	D	ICKX CHOCO	150	149	834,40 €	505,11 €	791,19 €	286,08 €	5,60 €	5,31 €	3,39 €	B	1,92 €	63,83%
100636	LAPINS FRUITS 150 GRS	D	ICKX CHOCO	40	33	247,50 €	160,05 €	234,63 €	74,58 €	7,50 €	7,11 €	4,85 €	B	2,26 €	68,21%
6					2 262	7 843,84 €	5 347,57 €	7 443,96 €	2 096,39 €						69,77%
111614	ŒUF AU PLAT PA	A	MAFFREN CO	400	376	714,40 €	406,08 €	676,80 €	270,72 €	1,90 €	1,80 €	1,08 €	B	0,72 €	60,02%
111616	SUCETTE PÂTE D'AMANDE	F	MAFFREN CO	280	272	952,00 €	652,80 €	903,04 €	250,24 €						

DOCUMENT 8 : Tableaux de bord 2010 - 2011 - 2012

	Nbre Réf.						Quantités vendues					
	2010	Part %	2011	Part %	2012	Part %	2010	Part %	2011	Part %	2012	Part %
ABANICO			3	4,29%	2	2,78%			33	0,28%	7	0,07%
CARAQUE D'OR	4	6,90%	6	8,57%	4	5,56%	1 976	21,61%	1 557	13,18%	1 211	12,48%
CFCC936	26	44,83%	29	41,43%	23	31,94%	3 721	40,70%	4 777	40,43%	2 328	24,00%
CRACORATE	1	1,72%					10	0,11%				
DOUCET					2	2,78%					163	1,68%
DOUCEURS		0,00%	1	1,43%				0,00%	93	0,79%		
FERME CHOC	8	13,79%	7	10,00%	6	8,33%	660	7,22%	622	5,26%	693	7,14%
FIRMA		0,00%		0,00%	6	8,33%					248	2,56%
FIZZY	3	5,17%	2	2,86%			229	2,50%	44	0,37%		
FRUIDORAIX		0,00%	4	5,71%					873	7,39%		
GONNIN				0,00%	1	1,39%					51	0,53%
GUT				0,00%	2	2,78%					269	2,77%
ICKX CHOCO	2	3,45%	4	5,71%	6	8,33%	693	7,58%	1 648	13,95%	2 262	23,31%
MAFFREN			6	8,57%	7	9,72%			1 059	8,96%	872	8,99%
MAZET DE M	5	8,62%					307	3,36%				
MEDICIS CO	7	12,07%	7	10,00%	8	11,11%	1 162	12,71%	1 108	9,38%	1 156	11,92%
MERCIER				0,00%	5	6,94%					442	4,56%
PCB CREATI	1	1,72%	1	1,43%			323	3,53%	1	0,01%		
POBRA HOUS	1	1,72%					61	0,67%				
	58	100,00%	70	100,00%	72	100,00%	9 142	100,00%	11 815	100,00%	9 702	100,00%

	CA HT (€)						Marge (€)					
	2010	Part %	2011	Part %	2012	Part %	2010	Part %	2011	Part %	2012	Part %
ABANICO			1 091,37 €	1,68%	233,52 €	0,37%			555,12 €	1,32%	119,77 €	0,29%
CARAQUE D'OR	5 102,75 €	8,48%	4 839,53 €	7,45%	3 107,46 €	4,89%	3 208,41 €	8,69%	2 915,93 €	6,95%	2 000,66 €	4,81%
CFCC936	31 019,30 €	51,58%	32 964,74 €	50,77%	17 103,66 €	26,90%	19 382,33 €	52,51%	22 026,70 €	52,51%	10 743,06 €	25,81%
CRACORATE	56,87 €	0,09%					33,87 €	0,09%				
DOUCET					2 035,42 €	3,20%					1 606,22 €	3,86%
DOUCEURS			493,65 €	0,76%					294,63 €	0,70%		
FERME CHOC	6 322,95 €	10,51%	5 761,42 €	8,87%	5 910,06 €	9,29%	3 783,05 €	10,25%	3 193,12 €	7,61%	3 262,71 €	7,84%
FIRMA					1 838,00 €	2,89%					1 148,00 €	2,76%
FIZZY	1 892,42 €	3,15%	356,02 €	0,55%			1 141,80 €	3,09%	213,86 €	0,51%		
FRUIDORAIX			2 910,33 €	4,48%					1 777,93 €	4,24%		
GONNIN					285,09 €	0,45%					183,09 €	0,44%
GUT					1 070,62 €	1,68%					640,22 €	1,54%
ICKX CHOCO	1 246,73 €	2,07%	4 598,20 €	7,08%	7 443,96 €	11,71%	823,47 €	2,23%	3 371,50 €	8,04%	5 347,57 €	12,85%
MAFFREN			5 628,63 €	8,67%	3 738,94 €	5,88%			3 589,10 €	8,56%	2 463,01 €	5,92%
MAZET DE M	4 156,88 €	6,91%					1 956,23 €	5,30%				
MEDICIS CO	6 057,16 €	10,07%	6 272,58 €	9,66%	7 581,90 €	11,92%	3 776,38 €	10,23%	4 003,78 €	9,54%	5 007,47 €	12,03%
MERCIER					13 245,53 €	20,83%					9 099,48 €	21,86%
PCB CREATI	3 827,01 €	6,36%	11,85 €	0,02%			2 541,47 €	6,89%	8,28 €	0,02%		
POBRA HOUS	456,78 €	0,76%					264,63 €	0,72%				
	60 138,85 €	100,00%	64 928,32 €	100,00%	63 594,16 €	100,00%	36 911,64 €	100,00%	41 949,95 €	100,00%	41 621,26 €	100,00%

DOCUMENT 9 : Règles d'organisation des commandes confiserieLA GRANDE
EPICERIE PARIS**Éléments à prendre en compte lors des prévisions de commandes
Pâques 2013****Date et mise en place**

- 1°) Cette année, l'opération débutera en semaine 7 et se terminera le lendemain du lundi de Pâques, le 2 avril. L'implantation devra être réalisée le mercredi matin avant l'ouverture.
Tous les membres de l'équipe participent à cette mise en place sous votre responsabilité.

Planification des commandes

- 2°) Vous positionnez les commandes en fonction du calendrier scolaire.
Exigez des fournisseurs des livraisons sous 72 h.

- 3°) Faites livrer les produits à packager (par exemple : les chocolats ganaches et pralinés de 15 g/pièce) en colis de 3 kg. Ils seront reconditionnés avec nos emballages GEP.
Référez-vous aux informations suivantes :

<i>Rappel :</i>	Ballotins de chocolats (ganaches)	▶ 1 mois de DLC
	Ballotins de chocolats (pralinés)	▶ 3 mois de DLC
	Autres chocolats	▶ 6 mois de DLUO

- 4°) Les produits à DLC courte doivent faire l'objet d'une grande attention. Fractionnez leurs livraisons.

Sélection des fournisseurs

- 5°) Tenez compte de la sélection des fournisseurs suite aux constats des performances N-1.
Supprimez les fournisseurs qui représentent moins de 2,5 % des ventes en valeur et en marge.
Sur cette période de grands travaux, n'intégrez aucun nouveau fournisseur.

Assortiment / Marge / Prix client TTC

- 6°) Négociez avec les fournisseurs le même prix d'achat unitaire HT qu'en N-1, mais tenez compte de l'évolution du cours du cacao (+ 5 %).

- 7°) Ne prenez pas de risques cette année et fondez-vous exclusivement sur l'assortiment N-1 en conservant la même marge (même taux de marque).

Assortiment / Marge / Prix client TTC

- 8°) Tenez compte des volumes des ventes de l'opération de Pâques de l'année dernière. Favorisez le fournisseur qui se détache en lui accordant + 20 % sur les achats par rapport à N-1.

Invendus

- 9°) Réimplantez les invendus en rayon permanent si les conditions de retour ne sont pas négociées.

Arnaud DURET

DOCUMENT 10 : Calendrier du 1^{er} semestre 2013

LA GRANDE
ÉPICERIE PARIS

Calendrier du 1^{er} semestre 2013

JANVIER			FÉVRIER			MARS			AVRIL			MAI			JUIN		
1	M		1	V		1	V		1	L	Lundi de Pâques	1	M		1	S	
2	M	①	2	S		2	S		2	M		2	J		2	D	
3	J		3	D		3	D		3	M	⑭	3	V		3	L	
4	V		4	L		4	L		4	J		4	S		4	M	⑮
5	S		5	M		5	M	⑩	5	V		5	D		5	M	⑮
6	D		6	M	⑥	6	M		6	S		6	L		6	J	
7	L		7	J		7	J		7	D		7	M		7	V	
8	M	②	8	V		8	V		8	L		8	M	⑲	8	S	
9	M		9	S		9	S		9	M	⑮	9	J		9	D	
10	J		10	D		10	D		10	M		10	V		10	L	
11	V		11	L		11	L		11	J		11	S		11	M	⑮
12	S		12	M		12	M	⑪	12	V		12	D		12	M	⑮
13	D		13	M	⑦	13	M		13	S		13	L		13	J	
14	L		14	J		14	J		14	D		14	M		14	V	
15	M		15	V		15	V		15	L		15	M	⑮	15	S	
16	M	③	16	S		16	S		16	M	⑮	16	J		16	D	
17	J		17	D		17	D		17	M	⑮	17	V		17	L	
18	V		18	L		18	L		18	J		18	S		18	M	⑮
19	S		19	M		19	M	⑫	19	V		19	D		19	M	⑮
20	D		20	M	⑧	20	M		20	S		20	L		20	J	
21	L		21	J		21	J		21	D		21	M		21	V	
22	M	④	22	V		22	V		22	L		22	M	⑮	22	S	
23	M		23	S		23	S		23	M	⑮	23	J		23	D	
24	J		24	D		24	D		24	M	⑮	24	V		24	L	
25	V		25	L		25	L		25	J		25	S		25	M	⑮
26	S		26	M	⑨	26	M	⑬	26	V		26	D		26	M	⑮
27	D		27	M		27	M		27	S		27	L		27	J	
28	L		28	J		28	J		28	D		28	M	⑮	28	V	
29	M	⑤				29	V		29	L		29	M	⑮	29	S	
30	V					30	S		30	M	⑮	30	J		30	D	
31	M					31	D					31	V				

■ Zone A : Caen, Clermont-Ferrand, Grenoble, Lyon, Montpellier, Nancy-Metz, Nantes, Rennes, Toulouse

■ Zone B : Aix-Marseille, Amiens, Besançon, Dijon, Lille, Limoges, Nice, Orléans-Tours, Poitiers, Reims, Rouen, Strasbourg

■ Zone C : Bordeaux, Créteil, Paris, Versailles

DOCUMENT 11 : Conditionnement des ballotins de chocolats

Conditionnement des ballotins de chocolats – LS – Gondole réfrigérée

Année 2013 (Pâques / Noël)

LA GRANDE
EPICERIE PARIS



Ballotin de
75 chocolats

15 g / pièce
Poids net : 1 125 g

Ballotin de
48 chocolats

15 g / pièce
Poids net : 720 g

Ballotin de
27 chocolats

15 g / pièce
Poids net : 405 g

ANNEXE 4 : Analyse des résultats du sous-rayon confiserie en libre-service

A :	Date :
Objet :	

ANNEXE 4 (suite et fin)

ANNEXE 5 : Extrait de la proposition du plan d’achat - Pâques 2013

PROPOSITION D'ACHAT / Confiserie / Chocolats confiserie Pâques - LS - 2013

FOURNISSEUR :

A commander en semaine N° :

Date de l'implantation :

								Références	
								Désignation	
								Ventes Pâques N- 1	
								Achats N-1(*)	
								Stock réel fin opération	
								Nbre de colis	
								À reconditionner Oui/Non	
								Livraison à fractionner Oui/Non	
								À commander en semaine n°	
								À implanter le	
								P.A. unitaire HT	
								Proposition de commande (Qté)	
								Coût d'achat total	
								PV unitaire HT	
								Marge unitaire	
								PV unitaire TTC	
								CATTC	
								Marge brute totale	

(*) Après reconditionnement

Page 1

Page 2

Page 3

PRÉPARER LA VENTE DE LA COLLECTION « LES POIS SONT ROUGES »

Documents 12 à 21

Arnaud DURET vous confie la promotion de la collection exclusive du maître chocolatier Daniel MERCIER pour La Grande Épicerie de Paris. Le thème de cette collection, « Les pois sont rouges », sera décliné sur tout l'espace de vente dédié à l'opération « Chocolats de Pâques 2013 ».

Dans un premier temps, vous travaillez particulièrement sur l'adaptation des dialogues de vente utilisés par l'équipe de vendeurs(ses) et, dans un second temps, sur la sélection de compositions originales proposées sur le stand pâtisserie.

Arnaud DURET souhaite que la collection 2013 soit mise en avant le premier jour.

Étape 1 : Exploiter l'argumentaire du fournisseur Daniel MERCIER

Arnaud DURET vous a transmis un argumentaire qui accompagne la nouvelle collection. Cet argumentaire doit structurer le discours des vendeurs qui ont la charge de vendre les pièces originales composant la collection sur le stand pâtisserie.

Trois cibles clients ont été identifiées : la parisienne qui vient acheter l'originalité, le touriste qui rapportera une création culinaire française et la cliente de quartier qui veut faire plaisir à ses petits-enfants.

Vous êtes chargé(e) d'apporter une réponse argumentée à chacun des trois clients.

Annexes 6.1, 6.2, 6.3

Étape 2 : Sélectionner la composition qui sera présentée le premier jour sur le stand pâtisserie

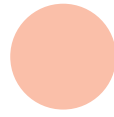
L'équipe a préparé quatre compositions en combinant certaines pièces de la collection avec des chocolats en vrac, de très petite taille, appelés « friture ».

Pour mettre en valeur l'ensemble de la collection 2013, chaque jour, l'une de ces compositions sera présentée en tête du stand pâtisserie.

En vous appuyant sur trois critères de sélection, vous choisissez la composition qui aura remporté le meilleur score.

Annexe 7

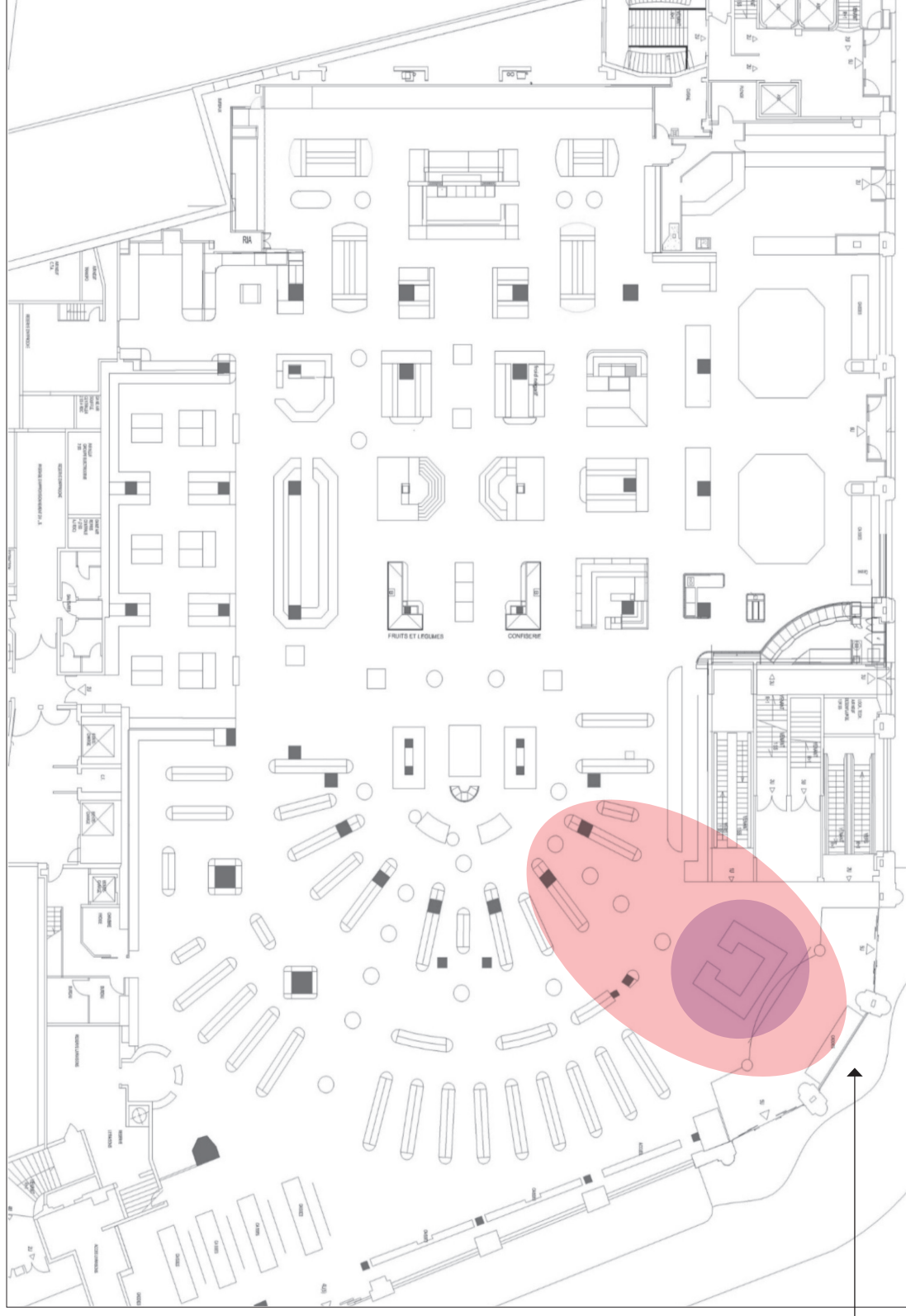
DOCUMENT 12 : Zone d'implantation du thème "les pois sont rouges"



Zone d'implantation
du thème « Les pois
sont rouges »

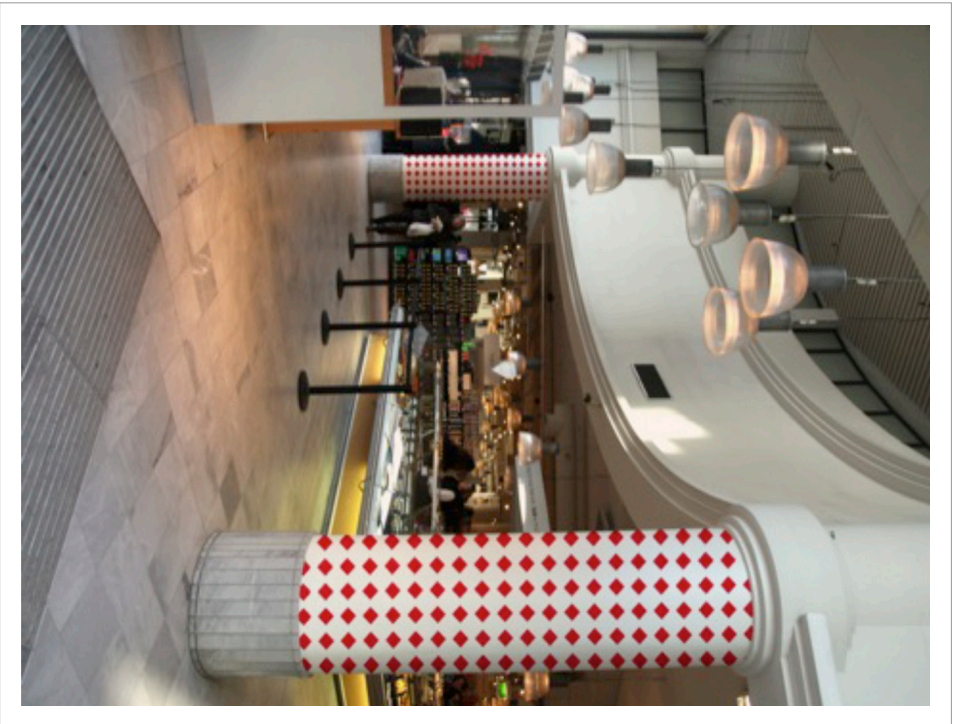


Stand pâtisserie

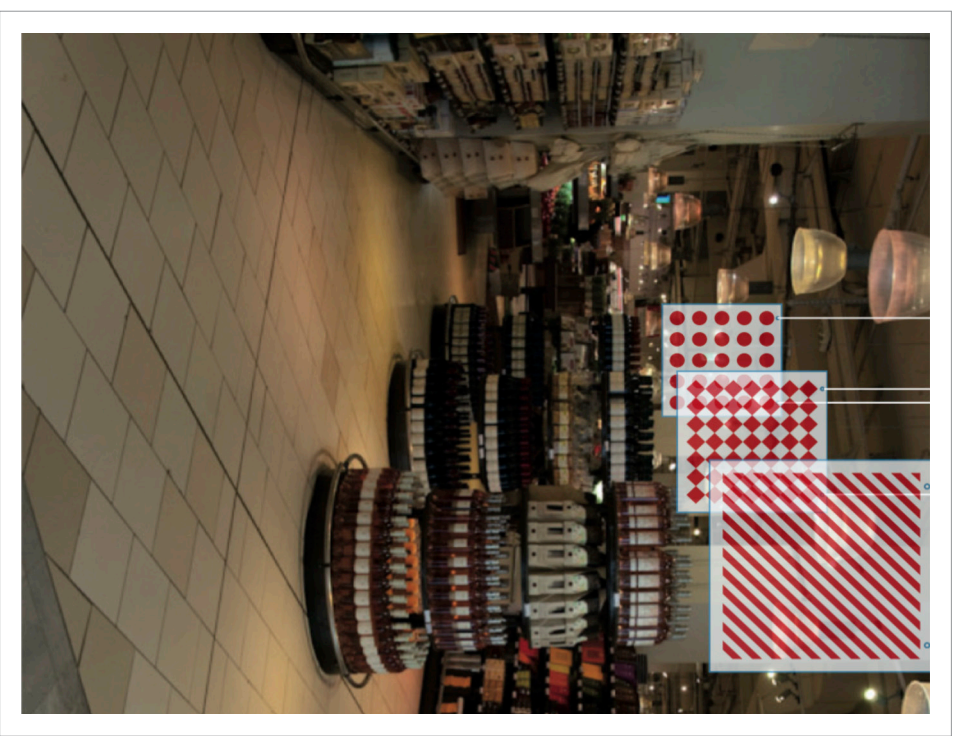


Entrée principale

DOCUMENT 13 : Signalétique opération Pâques 2013



2013



DOCUMENT 14 : Vues du site du maître chocolatier Daniel MERCIER

DANIEL MERCIER

Vous êtes ici : [Accueil boutique](#) / Les créations*Les créations de Daniel Mercier*

NOËL 2011

LA GRANDE ÉPICERIE

Une collection dédiée au thème de la Grande Épicerie de Paris : "dans les étoiles"



PÂQUES 2011

LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS

Qui de l'œuf ou de la poule a inventé le chocolat?

Daniel MERCIER
UNE CRÉATION

... le créateur

Pour que chacun de nos créations ait avant tout une dimension humaine, je vous invite à partager nos traditions, nos savoirs, nos idées gourmandes et nouvelles du monde.

Daniel
Mercier

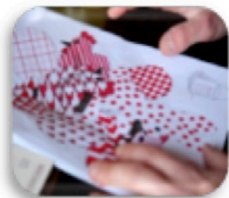
ACCUEIL
LES CRÉATIONS
LES FEMMES
PRESSÉES
BOUTIQUE
en ligne

Loin du stress et des stress des houx lieux de la capitale, dans la pleine lumière de l'oube benchorne, savoirs anciennes et goûts contemporains s'associent et se mélangent délicieusement... C'est là, dans ce petit moineux, fait de rêves et de sorcellerie, que se cache la technique du dénommé célèbre créateur de gourmandises.... Daniel Mercier.

De notes subtiles et fantaisies, il revisite les recettes oubliées ou déclare à l'effort sa passion des ingrédients nobles et son amour des savoirs. Jamais rassasié, Daniel Mercier lui l'ennu en réalisant des créations éphémères... de purs moments de plaisir...



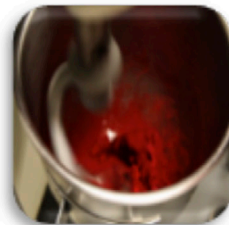
DOCUMENT 15 : Étapes de la création de la collection « Les pois sont rouges »



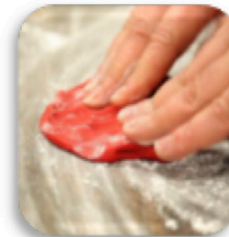
1 - Présentation
des croquis



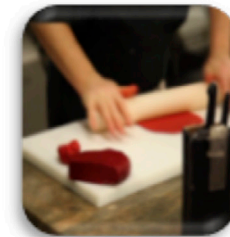
2 - Derniers ajustements



3 - Préparation de la pâte



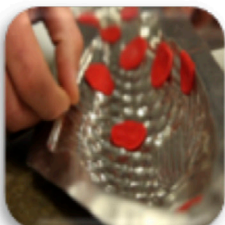
4 - Préparation des pois



5 - Travail de la pâte



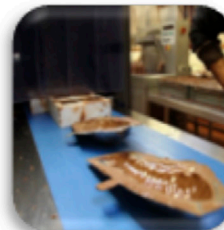
6 - Création des pois



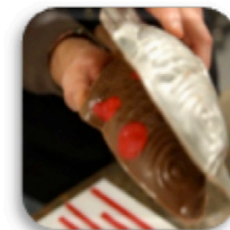
7 - Mise en place des pois
dans le moule



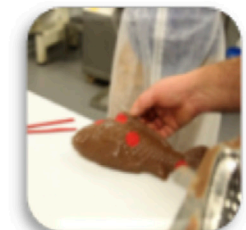
8 - Coulage du chocolat



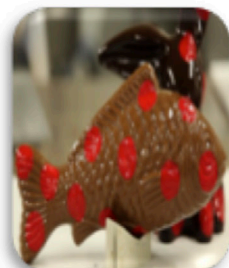
9 - Mise au four



10 - Démoulage



11 - Contrôle qualité



12 - Glaçage





Trois formats d'emballages pour les quatre pièces principales :



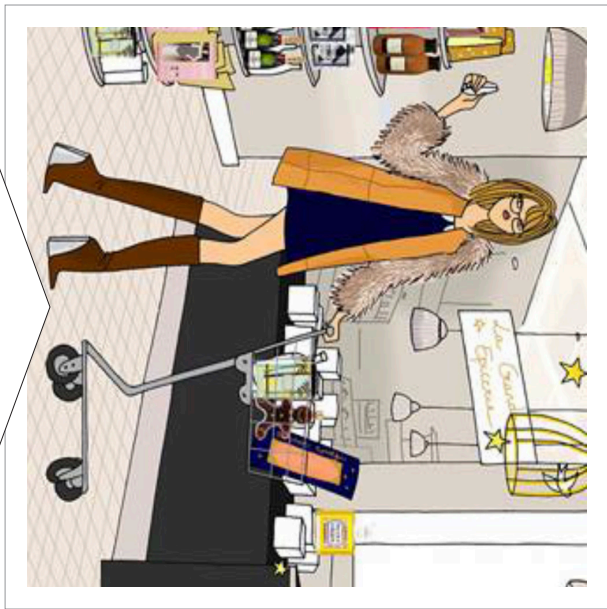
DOCUMENT 18 : Argumentaire de vente

Chocolats de Pâques 2013 - Daniel MERCIER
Support d'aide à la vente : l'argumentaire de vente

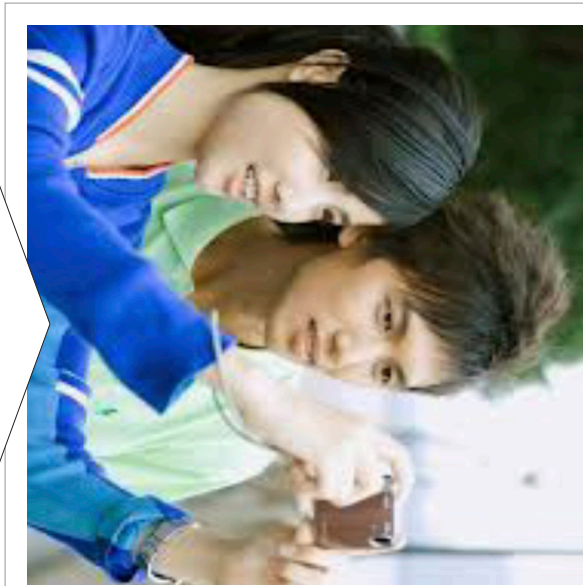
LA GRANDE
ÉPICERIE PARIS

Caractéristiques des chocolats		Qualités appréciées par les clients	Démonstration apportée par le vendeur
1	Des créations respectueuses de la tradition de Pâques	Retrouver des figures classiques des chocolats de Pâques : l'œuf, la poule, le lapin...	Présenter au client les quatre familles de produits composant la collection 2013
2	Une collection exclusive	Souscrire aux valeurs portées par la collection : créativité, originalité et unicité	Souligner la double signature : Daniel MERCIER, le créateur de chocolats et La Grande Épicerie de Paris
3	Un design inédit	Profiter de la richesse des sensations et leur association : formes, couleurs, textures au service du goût	Montrer au client une pièce de la collection, au format G, dans son emballage, emblème de la collection 2013
4	Chaque chocolat est une pièce unique	Acheter et offrir une pièce de chocolat originale, produit de l'art culinaire français	S'appuyer sur les douze étapes de fabrication pour définir un chocolat d'exception
5	Trois tailles, trois prix	Accéder à l'exception quel que soit son budget	Confirmer au client que le prix n'est ni un argument ni un frein à La Grande Épicerie de Paris
6	Un thème fédérateur pour chaque collection	S'associer et transmettre les valeurs universelles portées par la collection, en particulier la distinction, le recul et l'humour	Rappeler au client les différents visuels signalant la collection : l'affichage dans Paris, sur le site internet ou la PLV dans le magasin

DOCUMENT 19 : Clients types



La parisienne



Le touriste



La cliente de quartier

DOCUMENT 20 : Récapitulatif des pièces commandées

Chocolats de Pâques 2013 - Daniel MERCIER

LA GRANDE
ÉPICERIE PARIS

Références pièces ou aux 100 g	PA HT	PV TTC*	Quantités de pièces commandées
CEuf G	12,00 €	49,00 €	150
CEuf M	8,00 €	29,00 €	250
CEuf P	4,00 €	19,00 €	300
Poule G	15,00 €	49,00 €	100
Poule M	10,00 €	29,00 €	200
Poule P	7,00 €	19,00 €	250
Poisson G	14,00 €	49,00 €	100
Poisson M	9,00 €	29,00 €	200
Poisson P	6,00 €	19,00 €	250
Lapin G	17,00 €	49,00 €	50
Lapin M	12,00 €	29,00 €	75
Lapin P	7,00 €	19,00 €	100
Friture (sachet de 100 g)	5,00 €	9,00 €	1 000
* Taux TVA : 19,6 %			

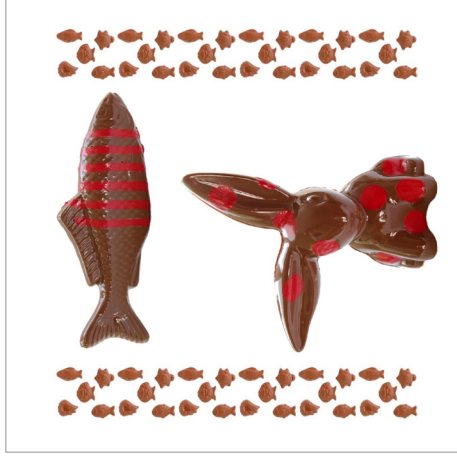
DOCUMENT 21 : Quatre compositions



Composition 1
LA POULE OU L'ŒUF ?
2 pièces de format M
avec 200 g de friture
Prix d'achat HT : 28 €
Prix de vente TTC : 64 €



Composition 2
LE TRIO DE PÂQUES
3 pièces de format M
avec 100 g de friture
Prix d'achat HT : 32 €
Prix de vente TTC : 79 €

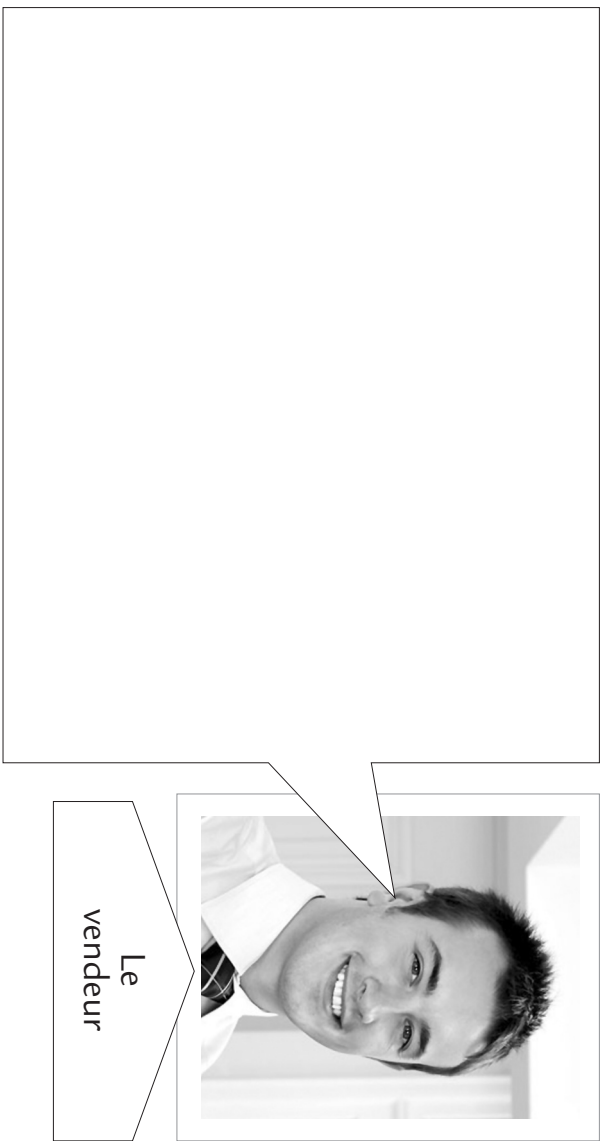


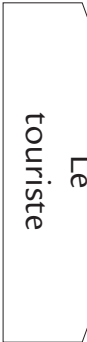
Composition 3
LA CARPE ET LE LAPIN
2 pièces de format M
avec 200 g de friture
Prix d'achat HT : 31 €
Prix de vente TTC : 64 €



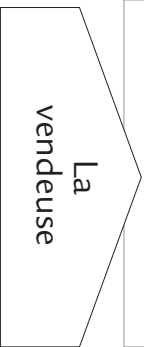
Composition 4
LA COLLECTION
4 pièces de format P
Prix d'achat HT : 24 €
Prix de vente TTC : 64 €

ANNEXE 6.1 : Dialogue de vente : la parisienne



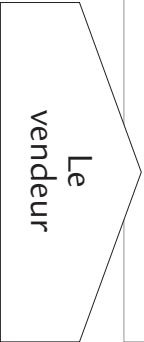


Pour garder un
bon souvenir
de notre
séjour à Paris,
nous voulons
rapporter du
chocolat.









Ils ont grandi,
 mais cette année
 encore, je veux
 faire plaisir à mes
 petits-enfants.
 Qu'avez-vous à
 me proposer ?



ANNEXE 7 : Composition à mettre en avant le premier jour de l'opération

Sélection de la composition du 1^{er} jour

Échelle de notation (1, 2, 3 ou 4) : de la plus faible (1) à la meilleure (4)

Composition 1 La poule ou l'œuf ?	Composition 2 Le trio de Pâques	Composition 3 La carpe et le lapin	Composition 4 La collection
			

Critère Offre du 1 ^{er} jour				
Critère Rentabilité				
Critère Prix				
Score				

Composition choisie :	
-----------------------	--