

La tête de gondole « barbecue de table » de Vert'Sud

En mai, Vert'Sud place le barbecue de table « Grill'Up » (prix de vente 59,90 € TTC, prix d'achat 31,00 € HT, TVA 20 %) en tête de gondole pendant une semaine. En rayon, la référence se vend 180 unités par semaine ; en tête de gondole, 520 unités ont été vendues. Le coût interne de la mise en avant (montage, PLV, temps de l'équipe) est estimé à 350 €. On considère que 15 % des ventes en tête de gondole auraient de toute façon été réalisées en rayon (cannibalisation).

Document 1 : rappels

Notion	Calcul
Prix HT	$\text{prix TTC} \div 1,2$
Ventes supplémentaires	ventes en mise en avant - ventes habituelles - ventes cannibalisées
Résultat de la mise en avant	ventes supplémentaires $\times$ marge unitaire - coût de la mise en avant

Annexe 1 (arrondir les montants à deux décimales, les pourcentages à une décimale)

Question	Réponse
Prix de vente HT du barbecue (€)	_____
Marge unitaire (€)	_____
Ventes supplémentaires attribuables à la tête de gondole (unités)	_____
Marge supplémentaire dégagée (€)	_____
Résultat net de la mise en avant (marge supplémentaire - coût) (€)	_____
Coefficient multiplicateur des ventes (ventes en tête de gondole $\div$ ventes en rayon)	_____
Nombre minimal d'unités supplémentaires pour couvrir le coût de la mise en avant	_____

Questions d'analyse

La cannibalisation désigne ici :

- ☐ Les ventes en tête de gondole qui remplacent des ventes qui auraient eu lieu en rayon
- ☐ La casse des produits exposés
- ☐ La concurrence entre magasins

Les emplacements de tête de gondole se réservent en priorité aux produits :

- ☐ De saison, à forte marge ou en promotion, avec un stock suffisant
- ☐ Les plus chers du magasin
- ☐ En rupture chez le fournisseur