Le bilan des dégustations de Maison Roustagne

Maison Roustagne, PME de 12 salariés installée au Beausset (Var), fabrique des tartinables apéritifs (tapenades, caviar d'aubergine, anchoïade) vendus en grandes surfaces. Pour lancer sa tapenade verte aux amandes (pot de 180 g vendu 4,95 € TTC), elle a organisé des dégustations trois samedis de septembre 2026 dans deux hypermarchés de l'agglomération toulonnaise, à La Garde et à Six-Fours-les-Plages, soit six jours-magasins.

Thomas Giraudo, chef de secteur, doit présenter le bilan de l'opération à sa direction et aux deux directeurs de magasin.

Complétez l'annexe 1, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : coûts de l'opération

- Animatrice (prestataire), déplacements compris : 165 € par jour et par magasin.
- Produits de dégustation et petit matériel : 20 € par jour et par magasin.
- PLV (kakémono, stop-rayon) : 45 € par magasin.

Document 2 : relevés de l'animatrice (total des six jours-magasins)

Indicateur	Total
Clients passés devant le stand	5 000
Clients arrêtés au stand	1 100
Clients ayant goûté	900
Clients ayant goûté puis acheté	333

Document 3 : ventes et marge

- Tapenade verte vendue pendant les six jours-magasins : 690 pots ; ventes habituelles de six samedis comparables sans animation : 90 pots.
- Autres tartinables Roustagne pendant les jours d'animation : 70 pots de moins que lors de samedis comparables.
- Quatre semaines suivantes : 220 pots de tapenade verte de plus que les ventes habituelles.
- Marge unitaire de Maison Roustagne : 1,80 € par pot.

Annexe 1 (arrondir les pourcentages à une décimale, les montants au centime)

Question	Réponse
Coût de l'opération (€)	
Taux d'arrêt au stand (%)	
Taux de transformation des dégustations (%)	
Ventes supplémentaires nettes pendant les jours d'animation (pots)	
Marge supplémentaire des jours d'animation (€)	
Ventes supplémentaires nettes, effet des quatre semaines suivantes compris (pots)	
Retour sur investissement de l'opération, effet durable compris (%)	
Seuil de rentabilité de l'opération (pots)	

Questions d'analyse

Comment Thomas doit-il juger la rentabilité de l'opération ?

☐ Déficitaire sur les seuls jours d'animation, elle devient rentable avec l'effet des semaines suivantes : il présente ce bilan chiffré aux magasins pour préparer la prochaine
☐ Rentable dès les jours d'animation, puisque les ventes de tapenade verte y ont été multipliées par plus de sept : il présente ce succès aux magasins pour reconduire l'opération
☐ Déficitaire, puisque la marge des jours d'animation ne couvre pas le coût de l'opération, les semaines suivantes ne comptant pas : il conseille aux magasins de ne pas la renouveler

Justification :

Le directeur d'un des magasins présente un bilan plus flatteur, calculé sans tenir compte de la baisse des autres tartinables Roustagne. Qu'en penser ?

☐ Il surestime l'effet de l'opération : les pots perdus par les autres tartinables de la marque doivent être retranchés, car ces ventes ont seulement changé de pot
☐ Il a raison : seules comptent les ventes du produit animé, la baisse des autres tartinables Roustagne relevant d'autres causes, sans lien avec l'opération
☐ Il faut surtout retrancher les 220 pots des quatre semaines suivantes, qui ne doivent rien à l'animation ; la baisse des autres tartinables, elle, est négligeable

Justification :