La présence des jus de la Siagnole dans les magasins du Var

Les Pressoirs de la Siagnole, PME de 15 salariés installée à Fayence (Var), fabriquent des jus de fruits et des nectars (pomme, abricot, pêche de vigne, raisin) en bouteilles de 75 cl, vendus dans les supermarchés et les hypermarchés du département.

En octobre 2026, Mathis Arnaud, chef de secteur, prépare le plan 2027 : il veut mesurer la présence des jus dans le Var, choisir les magasins à conquérir en priorité et vérifier que sa tournée lui laisse du temps pour cette conquête.

Complétez les annexes 1 et 2, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : panel du rayon jus de fruits et nectars des hypermarchés et supermarchés du Var (octobre 2025 à septembre 2026)

Indicateur	Valeur
Magasins de l'univers étudié	80
Magasins qui référencent au moins une référence de la Siagnole	26
Chiffre d'affaires annuel de la catégorie, tous magasins de l'univers	13 200 000 €
Chiffre d'affaires annuel de la catégorie dans les magasins qui référencent la Siagnole	5 148 000 €

Document 2 : quatre magasins de l'univers qui ne référencent pas la Siagnole

Magasin	Chiffre d'affaires annuel de la catégorie	Distance de Fayence
Hypermarché de Fréjus-Caïs	402 600 €	32 km
Supermarché du Luc	99 000 €	46 km
Hypermarché de Brignoles-Nicopolis	323 400 €	74 km
Supermarché d'Hyères-Costebelle	165 000 €	96 km

Document 3 : classement ABC des 26 magasins clients

Classe	Magasins	Part des ventes de la Siagnole	Fréquence de visite
A	5	47 %	Deux fois par mois
B	9	34 %	Une fois par mois
C	12	19 %	Tous les deux mois

Mathis effectue en moyenne 4 visites par jour (magasins dispersés dans le département) et dispose de 100 jours de terrain par an.

Annexe 1 (présence actuelle : arrondir les pourcentages à une décimale, l'indice à deux décimales)

Question	Réponse
Distribution numérique des jus de la Siagnole (%)	
Distribution valeur des jus de la Siagnole (%)	
Indice de qualité de la distribution (DV ÷ DN)	

Annexe 2 (magasins à conquérir et tournée : arrondir les points de DV à deux décimales)

Question	Réponse
Points de DV apportés par l'hypermarché de Fréjus-Caïs (points)	
Points de DV apportés par le supermarché du Luc (points)	
Visites par an de la tournée des 26 magasins clients (visites)	
Jours de terrain occupés par la tournée (jours)	

Questions d'analyse

Que révèle la comparaison de la DN et de la DV des jus de la Siagnole ?

☐ Les jus sont présents dans des magasins un peu plus gros que la moyenne des magasins de l'univers
☐ Les jus de la Siagnole réalisent une part des ventes du rayon jus de fruits du Var supérieure à leur part de magasins
☐ Les jus sont surtout présents dans des magasins plus petits que la moyenne des magasins de l'univers

Justification :

Mathis peut obtenir deux référencements d'ici à la fin de l'année. Quels magasins doit-il cibler en priorité ?

☐ Fréjus-Caïs et Le Luc, les deux plus proches de Fayence, qui demanderont le moins de temps de visite
☐ Fréjus-Caïs et Brignoles-Nicopolis, qui pèsent le plus dans les ventes de jus du Var
☐ Le Luc et Hyères-Costebelle : deux supermarchés font gagner autant de DN que deux hypermarchés

Justification :

Mathis envisage de visiter ses 26 magasins clients deux fois par mois, pour n'en négliger aucun. Qu'en penser ?

☐ Mieux vaut ne visiter que les 5 magasins de la classe A, qui font 47 % des ventes, et suivre les 21 autres par téléphone, pour consacrer l'essentiel de ses jours de terrain à la conquête
☐ Une fréquence unique ne tient pas dans ses jours de terrain et ne sert pas les ventes : il règle la fréquence sur le poids de chaque magasin, ce qui lui laisse du temps pour conquérir de nouveaux magasins et animer
☐ Bonne idée : 26 magasins vus deux fois par mois font 52 visites, soit 13 jours de terrain, ce qui tient largement dans ses 100 jours et garantit une présence vérifiée partout

Justification :