

Négocier l'implantation et une opération promotionnelle avec un distributeur

Point d'actualité 2026 — promotions et factures

- L'encadrement des promotions des produits alimentaires de grande consommation est prolongé jusqu'au 15 avril 2028 : avantage promotionnel limité à 34 % du prix de vente et volume vendu en promotion limité à 25 % du volume prévu dans la convention.
- Depuis le 1er septembre 2026, toutes les entreprises doivent pouvoir recevoir des factures électroniques ; les grandes entreprises et les ETI doivent aussi les émettre, les PME et microentreprises à partir du 1er septembre 2027.

En bref — Préparer puis conduire la négociation de fin d'année avec le chef de rayon de l'hypermarché Provence Sud : implantation de la gamme, coffret de Noël et mécanique promotionnelle.

Parcours :

1. Prix et marge du distributeur (Q1)
2. Proposition d'implantation (Q2)
3. Prix plancher et marges de négociation (Q3)
4. Conformité Égalim des promotions (Q4)
5. Traitement des objections (Q5)
6. Synthèse de l'accord et obligations (Q6)

Titulaire d'un BTS NDRC, vous êtes chef(fe) de secteur à la Biscuiterie du Ventoux, à Carpentras (Vaucluse).

La Biscuiterie du Ventoux (SAS, 38 salariés, 6,8 millions d'euros de chiffre d'affaires HT en 2026) fabrique des biscuits artisanaux : croquants aux amandes, navettes, sablés à la lavande, galettes au beurre, vendus en sachets et en coffrets cadeaux (18 références). Elle vend aux hypermarchés et supermarchés indépendants de la région (référencement local par les directeurs de magasin), aux épiceries fines et aux boutiques de produits régionaux. Votre secteur couvre le Vaucluse et le nord des Bouches-du-Rhône ; vous rendez compte à la directrice commerciale, Claire Aubanel.

Rendez-vous est pris le 18 octobre avec M. Ricard, chef du rayon biscuits de l'hypermarché Provence Sud, pour préparer Noël et la convention 2027. Claire Aubanel vous confie la négociation.

Première mission : préparer la négociation

Vous disposez des ventes de la gamme dans le magasin (document 1), des données du coffret de Noël (document 2) et des demandes du chef de rayon (document 3).

Question 1 :

Pour le coffret de Noël, calculez le prix de vente conseillé hors taxes, la marge unitaire du magasin, son taux de marque et le coefficient multiplicateur appliqué au tarif. Ces résultats constituent-ils un argument ?

Ressources : [Fiche ressource – Calculs de l'animateur de réseau](#) · [Fiche ressource \(bloc 1\) – Calculs commerciaux du négociateur](#)

Question 2 :

Calculez les ventes annuelles par facing de chaque référence. Proposez une nouvelle implantation qui rende deux facings au magasin tout en limitant les ruptures sur les meilleures références.

Ressources : [Fiche ressource – Merchandising et présence de l'offre chez le distributeur](#) · [Fiche ressource – Calculs de l'animateur de réseau](#)

Question 3 :

Calculez le prix plancher du coffret et la remise maximale que vous pouvez accorder sur le tarif. Fixez vos objectifs (idéal, réaliste, minimal) et les contreparties que vous demanderez en échange de toute concession.

Ressources : [Fiche ressource \(bloc 1\) – Préparer la négociation](#) · [Fiche ressource – Réseaux de distribution et relation producteur-distributeur](#)

Document 1 : ventes de la gamme Ventoux chez Provence Sud (12 derniers mois)

Référence	Ventes annuelles (unités)	Facings
Croquants aux amandes 200 g	3 960	4
Navettes à la fleur d'oranger 250 g	3 120	3
Sablés à la lavande 150 g	2 640	3

Référence	Ventes annuelles (unités)	Facings
Galettes au beurre 200 g	1 440	2
Croquants chocolat 200 g	720	2
Sablés au citron 150 g	540	2
Biscuits apéritifs à l'olive 120 g	360	2
Coffret « Provence » 400 g	1 200	2
Total	13 980	20

Document 2 : le coffret de Noël « Croquants et navettes »

Coffret de Noël « Croquants et navettes » 400 g	Montant
Tarif de la biscuiterie (prix d'achat HT du magasin)	6,30 €
Prix de vente conseillé au consommateur (TTC, TVA 5,5 %)	11,90 €
Coût de revient du coffret pour la biscuiterie	4,10 €
Marge unitaire minimale fixée par la direction	1,20 €
Volume annuel prévu chez Provence Sud (convention 2027)	4 000 coffrets

Document 3 : les demandes du chef de rayon

Compte rendu de l'appel du chef de rayon, M. Ricard. « Je veux bien travailler le coffret pour Noël, mais il me faut une mécanique forte : soit le deuxième coffret à - 70 %, soit le « 3 pour 2 ». Je prévois 1 200 coffrets vendus en promotion sur l'année. En contrepartie, je vous donne une tête de gondole en décembre. Et votre gamme prend trop de place pour ce qu'elle vend : je veux récupérer au moins deux facings. »

Deuxième mission : conduire la négociation et conclure

L'entretien porte d'abord sur la promotion de Noël, puis sur l'implantation.

Question 4 :

Vérifiez si les mécaniques promotionnelles évoquées (document 3), ainsi qu'un « - 30 % immédiat », respectent l'encadrement des promotions, puis le volume promotionnel annoncé. Que proposez-vous ?

Ressources : economie.gouv.fr – Égalim : l'encadrement des promotions (jusqu'au 15 avril 2028) · [Fiche ressource – Droit de la distribution et des réseaux](#)

Question 5 :

Répondez aux objections de M. Ricard : « Votre marque n'est pas connue des clients de passage », « Je n'ai pas de place pour un coffret de plus », « Vos coffrets sont plus chers que ceux de la marque nationale ».

Ressources : [Fiche ressource \(bloc 1\) – Conduire la négociation](#)

Question 6 :

Rédigez la synthèse de l'accord à faire valider par écrit (engagements de chacun, calendrier, suivi) et rappelez les obligations qui encadrent la relation avec le distributeur : convention annuelle et facturation.

Ressources : [Fiche ressource – Droit de la distribution et des réseaux](#) · economie.gouv.fr – CGV entre professionnels : les mentions obligatoires · impots.gouv.fr – Facturation électronique et plateformes agréées