

botanic   
votre jardin vous le rendra®

Département TC  
1 rue Lautréamont  
BP 1624  
65016 Tarbes Cedex

Botanic  
Rue Denis Diderot  
ZAC du Grand Noble  
31700 BLAGNAC

# Stage dans l'entreprise Botanic

Rapport BUT 1



10 janvier au 5 février

Morin Elia

Vernhet Catherine

Philippe Jean-Christophe

## **Remerciements**

Tout d'abord je voudrais remercier mon entourage qui m'a guidée et aidée dans mes recherches de stage ;

Je remercie Laurent THABUIS , directeur de Botanic Blagnac, pour m'avoir accompagnée et suivie tout au long de mon stage, pour ses conseils et la qualité de son accueil notamment auprès de son équipe.

Je remercie également, Jean Christophe PHILIPPE, responsable de l'animalerie et tuteur de mon stage, pour m'avoir fait découvrir son travail, de la commande des produits jusqu'à leurs mises en rayons et ventes.

Pour finir, je remercie tout le reste de l'équipe Botanic pour leurs bienveillances et explications de leurs différents métiers lorsque j'étais sur le terrain avec eux.

## Table des matières

Remerciements .....	3
INTRODUCTION.....	5
PARTIE I : Présentation du secteur et de l'entreprise .....	6
LE SECTEUR D'ACTIVITE.....	7
BOTANIC : UNE JARDINERIE PAS COMME LES AUTRES.....	9
1- SON HISTOIRE .....	9
1.1- Son activité.....	9
2- SA POLITIQUE COMMERCIALE / LANCEUR DE TENDANCES .....	10
2.1- Sa dynamique commerciale .....	10
3- SON AMBITION DEVENIR LA JARDINERIE NATURELLE PREFEREE DES FRANÇAIS .....	11
3.1- Une Entreprise impliquée .....	11
PARTIE II : Présentation des missions .....	13
1- Approche du conseil et de la vente .....	14
2- Gestion des commandes et des réceptions.....	14
3- Merchandising .....	17
4- Gestion des articles soldés .....	19
Conclusion.....	21
Bibliographie .....	22
Annexes .....	23

## INTRODUCTION

Pour commencer, je souhaitais faire mon stage avec un commercial afin de le suivre dans toutes ses démarches et d'avoir une approche différente du commerce standard mais également de me faire une idée sur ce métier qui m'intéresse, mais malheureusement toutes mes demandes ont été refusées. En élargissant ma recherche aux commerces de distribution, j'ai trouvé l'enseigne Botanic, commerce lié au Jardin. Le concept m'a plu, j'ai vu cette opportunité comme l'occasion de découvrir à la fois le monde de la distribution et le monde du jardin et des plantes, et d'enrichir et mettre en pratique mes connaissances vues en cours comme la vente, la communication.

Un de mes objectifs liés à mon projet professionnel au niveau des achats internationaux~~✓~~ était de découvrir leur méthodologie d'achat et de vente. La relation avec les clients et les fournisseurs. Ce stage étant ma première mission au sein d'une entreprise j'avais à cœur de découvrir le milieu professionnel de la vente et de travailler au sein d'une équipe.

Durant cette période de 4 semaines, j'étais chargé de suivre mon maître de stage dans ses différentes missions, de ce fait j'ai réalisé une multitude de tâches et n'avais pas de fonction prédéfinie.

Dans un premier temps, dans la partie I, je vais vous présenter le marché de la jardinerie Animalerie et son évolution, puis l'histoire et l'activité de Botanic et enfin, sa politique commerciale et son concept.

Dans un second temps, dans la partie II, je détaillerai les missions que j'ai pu effectuer tout au long de mon stage. Telles que le conseil et la vente, les commandes et réceptions, le merchandising et les soldes.

## **PARTIE I : Présentation du secteur et de l'entreprise**

## LE SECTEUR D'ACTIVITE

L'établissement Botanic est classé dans deux secteurs différents, le secteur jardinerie et graineterie et le secteur animalerie.

Si la grande distribution alimentaire reste le principal canal de distribution du secteur, sa part de marché à tendance à stagner du fait du segment alimentaire qui représente les 3/4 des ventes des animaleries. Le chiffre d'affaires des jardineries, source de croissance des animaleries au fil des ans, est également stabilisé.

Il faut savoir qu'aujourd'hui près de 49,9% de la population française possède un animal de compagnie, ils représentent un marché dynamique et en pleine expansion, malgré la crise économique liée à la crise sanitaire du coronavirus.

Le marché des produits pour animaux de compagnie a connu une forte croissance ces 10 dernières années soit +48% et est actuellement estimé à près de 4,7 milliards d'euros en France. Selon une étude faite sur ce marché en croissance, le segment alimentaire animalier représente à lui seul environ 3,5 milliards d'euros, soit près de 75 % du marché. Les mentalités ayant évolué ces dernières années, les animaux de compagnie sont désormais de plus en plus considérés comme des membres à part entière de la famille. De ce fait, les Français investissent chaque année plus de leur budget pour s'occuper d'eux.

Pour répondre à cette demande de plus en plus exigeante de la part des clients, les entreprises qui se sont positionnées sur ce secteur comme Botanic, proposent désormais des produits plus responsables, c'est-à-dire des produits hauts de gamme issus de l'agriculture biologique. Cependant face à la forte attractivité de ce marché, de plus en plus de franchisés se sont rapidement développés à travers le pays comme (Husse, Kalina, Pet's Planet...) ainsi que des magasins. Botanic Blagnac, l'établissement où j'ai effectué mon stage rencontre aujourd'hui un réel problème de concurrence. Il faut savoir que Botanic est placé dans une grande zone commerciale où se trouve le centre commercial ~~Leclerc~~ et une multitude de boutique de prêt à porter et autre, et est le seul magasin proposant un service animalerie et jardinerie. Sauf que depuis le 2 février 2022, un concurrent appelé « Maxizoo » soit le nom français de la chaîne de magasin allemande « Fressnapf » est venu s'installer dans cette même zone. Ce qui crée donc une énorme concurrence pour l'entreprise sachant que l'animalerie représente la moitié du chiffre d'affaires du magasin.

Quant au secteur de la jardinerie et de la graineterie, en 2020, le chiffre d'affaires de ce



secteur est de 3,12 milliards d'euros, soit une croissance de 7 % par rapport à 2018 et de 3,5 % par rapport à 2019. Ce secteur compte environ 1 600 points de vente en 2020 soit une légère baisse de 3% depuis 2018. D'après une étude, sur le total du chiffre d'affaires de 2020, les graineteries ne représentent que 5% du chiffre contre

les jardineries qui en représentent 95%. Les végétaux d'extérieur, qui regroupent les produits de pépinière, les plantes à massif, les bulbes, plants ainsi que les autres plantes d'extérieur, sont le segment le plus générateur de chiffre d'affaires en 2020 avec les plantes d'intérieur. Quant aux produits manufacturés, ils occupent seulement la seconde position de l'activité avec 21%. Depuis quelques années le secteur de jardineries et graineterie ne cesse ~~de s'innover~~ <sup>d'innover</sup>, aujourd'hui ~~on~~ 85% des magasins de ce secteur proposent un site internet et 90% sont également présent sur les réseaux sociaux. De plus pour attirer plus de clientèle, près de  $\frac{3}{4}$  de point de vente dans ce secteur proposent la livraison à domicile ainsi que le service de click and collect qui s'est énormément développé depuis le début de la crise sanitaire. Plus de  $\frac{2}{3}$  des magasins proposent maintenant ces deux services comme Botanic Blagnac qui le propose depuis plusieurs années.



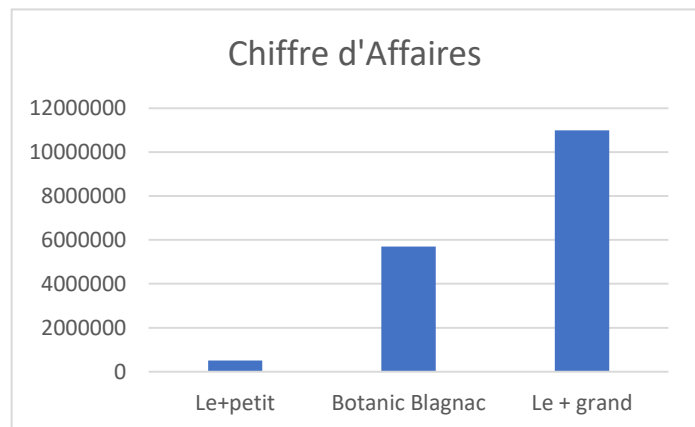
## BOTANIC : UNE JARDINERIE PAS COMME LES AUTRES

### 1- SON HISTOIRE

Il faut savoir que Botanic c'est avant tout une histoire de famille, c'est celle de 3 familles d'horticulteurs et maraichers originaire de la haute Savoie qui, en 1977, s'associent pour se lancer dans la distribution de leurs propres produits sous l'appellation « les Serres du Salève ». Quelques années plus tard, en 1992, ils intègrent l'enseigne Jardiland pour ~~but de~~ développer leur commerce. C'est en 1995, qu'ils décident de faire davantage évoluer leur commerce en quittant Jardiland et en changeant le modèle de leur jardinerie en passant de franchise à la grande distribution ~~pour~~ <sup>afin</sup> de casser les codes : c'est la création de l'enseigne Botanic.

#### 1.1- Son activité

Botanic Blagnac créé en 2001, et situé dans une grande zone commerciale, fait 6000 m<sup>2</sup> de superficie et compte différents secteurs : l'animalerie, la serre, le marché aux fleurs, la pépinière, le phyto, le plein air qui devient villages de Noël en décembre, la boutique et le marché bio. (Voir annexes) Au total 25 salariés y travaillent (Voir annexes). C'est un magasin qui ne cesse d'évoluer depuis son ouverture que ce soit dans la disposition des produits dans le magasin comme dans les chiffres : en 2015 la magasin réalisé un chiffre d'affaires de 4,955 Millions d'euros puis en 2017 un chiffre d'affaires de 5 millions et en 2021, 5,7 millions d'euros soit plus que la normale qui est habituellement à 5 millions.



Il est classé 24<sup>ème</sup> magasin national sur 65. Le plus gros Botanic fait un chiffre d'affaires à l'année de 11 millions d'euros contre le plus petit 500 000 euros. Et depuis 2016, Botanic est classée 3<sup>ème</sup> jardinerie en France après Jardiland et Truffaut avec 65 magasins la plupart implanté sur le côté Est de la France. De plus Botanic Blagnac défini sa zone de chalandise par des mails envoyés sous forme de questionnaire aux différents clients. La clientèle la plus fidèle vient en grande partie du centre de Toulouse mais aussi des banlieues. (Voir annexes)

quelle est la zone de chalandise de Botania Blagnac ?

le schéma est en annexe, vous auriez pu le mettre dans le rapport et le commenter davantage

## 2- SA POLITIQUE COMMERCIALE / LANCEUR DE TENDANCES

Botanic est réputé comme étant un lanceur de tendances de part ces nouveautés comme leurs potagers carrés ou potagers urbains, leur démocratisation du jardinage avec des solutions faciles prête à planter... Botanic a aussi inventé la magie des Villages de Noël au sein des jardineries.

La priorité pour Botanic c'est le rapport qualité prix sur tous leurs produits c'est-à-dire vendre des produits de bonne qualité et au meilleur prix.

Le magasin doit être en adéquation avec les valeurs et les convictions de l'enseigne Botanic, L'enseigne favorise le made in France et prône le naturel. Elle souhaite arriver petit à petit au 0 plastique, 0 pesticide depuis 2008, 100% élevage en animalerie depuis 1 an. Elle veille au bien-être des animaux mais aussi des humains, et favorise le plus possible le local (par exemple à Botanic Blagnac, les fruits et légumes d'été sont livrés par une productrice de Cornebarrieu la ville voisine).

Quant à sa politique de vente, il est important pour l'entreprise de veiller à une bonne relation client et de ne pas être plus cher que le marché. De plus, Botanic utilise plusieurs techniques de vente pour fidéliser leurs clients comme proposer de nombreux avantages tel que le 100% Bio sur tout leur magasin, leur offres promotionnelles assez intéressantes pour les clients, le 100% relation client.

### 2.1- Sa dynamique commerciale

La dynamique commerciale de Botanic est gérée de plusieurs façon, d'une part par le siège de l'entreprise, le service d'achat renouvelle les opérations commerciales tous les 15 jours qui sont des réductions sur des produits d'appel pour les fidèles du magasin mais également pour les clients standards. Comme par exemple sur ces affiches promotionnelles, on voit que celle de gauche est ouverte à tous clients et celle de droite est réservé aux clients possédant la carte, elle se différencie par l'insigne « offre club ».



D'autre~~s~~ part, il y a les offres « club » qui sont réservées aux fidèles du magasin qui sont munis de leur carte club, de nombreuses offres leur sont proposées toutes l'année, comme des journées à -15%, une remise de bienvenue de -10%, ou encore -5% sur la librairie toute l'année et pour ce qui concerne l'animalerie après l'achat de 10 sacs de croquettes quelques soit la marque, le 10<sup>ème</sup> est offert. La fidélisation de leurs clients est une donnée très importante du magasin.

Ensuite, Botanic propose une multitude de garanties, comme par exemple les garanties sur le long terme, comme la garantie de 1 an sur les plantes d'extérieurs, garantie de 3ans sur tout le mobilier de jardin, garantie de 2ans sur les pots et bacs Botanic et 10 ans sur les outils. Puis ils ont aussi des garanties sur le court terme comme la garantie de 60 jours sur les orchidées, garantie de 72h pour les fruits et légumes...Ce qui est un élément important pour la dynamique commerciale de ces magasins qui sont sur des produits périssables.

Enfin, dû à la concurrence de maxi zoo depuis le 2 février, Botanic Blagnac a mis en place des réductions sur toutes les croquettes chiens et chats en jouant sur la communication en envoyant des mails, messages...

### *3- SON AMBITION DEVENIR LA JARDINERIE NATURELLE PREFEREE DES FRANÇAIS*

Botanic cherche à associer le plus grand nombre au jardinage afin d'agir pour la terre et la biodiversité, elle veut être pleinement actrice et moteur dans ce marché en consolidation. De plus, cette entreprise a comme ambition de grandir de plus en plus en France afin d'influencer le marché mais toujours en veillant à garder l'identité d'une entreprise familiale et responsable.

#### *3.1- Une Entreprise impliquée*

Depuis sa création Botanic continue sans cesse de prendre des initiatives en faveur de l'environnement : la conception de magasins en bois et en verre et leur mode de communication sur papier recyclé depuis l'origine de l'entreprise. Ces initiatives se sont poursuivies au fil des années avec toujours le même optique respect de l'environnement voici les plus marquantes :

2001 : - L'arrêt total de la commercialisation du mobilier de jardin en PVC

2003 : - Mise en place du chauffage par le sol dans tous les Botanic permettant une réduction de 30% d'énergie par rapport à un chauffage conventionnel.

2004 : - Arrêt de la mise à disposition de sac de caisse gratuits pour encourager les clients à utiliser d'autres alternatives comme les sacs en cabas ou encore les cartons recyclés mis à leur disposition.

-Suppression des prospectus publicitaires.

2005 : - Adhésion de l'entreprise au TFT (Tropical Forest Trust) pour garantir l'origine légale et la gestion responsable des bois exotiques.

-Installation de système de climatisation naturelle (ex : puits canadiens, brumisation)

-Formalisation d'une charte animalerie garantissant l'origine, la traçabilité et le bien-être des animaux vendus dans les magasins.

2006 : - Lancement du dispositif éco-jardinier en faveur du jardinage écologique avec la mise en avant et la labellisation de plus de 700 produits.

-Mise en place du tri sélectif des déchets et nouvel entrepôt à faible impact environnemental.

2007 : - Ouverture du premier magasin Botanic proposant une alimentation 100% bio et une offre de produits cosmétiques naturels.

2008 : - Arrêt total des pesticides et des engrais chimiques

2018 : - Retrait des produits chimiques en animalerie.

## **PARTIE II : Présentation des missions**

Tout au long de ce stage, mon tuteur ma laissé la liberté de réaliser de nombreuses missions pour que je puisse vraiment voir tous les abords du commerce, en voici les principales :

## 1- Approche du conseil et de la vente

Il faut savoir que Botanic à la particularité d'être une entreprise réputée pour sa relation client qui est basée essentiellement sur la bienveillance, j'ai pu en faire la découverte en suivant mon tuteur de stage ou encore des conseillers de vente. J'ai pu également donner quelques renseignements ou aidé à la vente en me mettant au service du client. Lors de mon stage j'ai également eu l'occasion de rencontrer deux fournisseurs du rayon animalerie avec lesquels mon tuteur à discuter sur la moyenne de vente de leur marque. Et si certains produits de leur marque ont dépasser leur date limite de péremption alors certains acceptent de récupérer ces produits et de leur faire un avoir.

quelle est la technique de vente ?

## 2- Gestion des commandes et des réceptions

Le premier jour de mon stage, j'ai eu la chance de participer à l'un des inventaires annuels de l'entreprise. Et avait comme objectif de compter tous les produits dans les rayons de l'animalerie

Dans tous magasins de grandes surfaces et autres il y a tout un processus entre la commande du produit et sa mise en rayon. J'ai donc eu la chance de pouvoir suivre ce processus et d'y participer pour la commande du fournisseur en animalerie « Hill's pet nutrition ».

Premièrement avant de commander un produit, moi et mon tuteur avons vérifier le « Franco » sur cette feuille ci-dessous qui indique en fonction de ce qui reste dans la réserve si le montant de la commande attendu atteint le franco c'est-à-dire si la livraison des produits

Code fournisseur	Nom fournisseur	Date de commande	Montant HT-QS	Contrainte	Qté	Seuil Franco	Franco Atteint
F0007249	CLANIP	31/01/2022	258,72			260,00	Non
F0007337	CANIS	31/01/2022	2 443,17			260,00	Oui
F0007362	RED SEA	31/01/2022	162,21			260,00	Non
F0007654	LARRO NAIL	31/01/2022	162,21			260,00	Non
F0007667	AQUARIUM SYSTEMS	31/01/2022	80,30			260,00	Non
F0007668	JBL OMBH & CO. RO	31/01/2022	487,80			600,00	Non
F0007701	MARTIN SELLIER S.A.S	31/01/2022	967,30			400,00	Oui
F0007741	DAVE S.A.	31/01/2022	116,13			750,00	Non
F0007832	AGROBROTHERS	31/01/2022	365,84			750,00	Non
F0007875	CENTRE DU CHEVAL	31/01/2022	3 494,18			500,00	Oui
F0007879	MAIRIS FISHCARE EUROPE SA	31/01/2022	39,82			200,00	Non
F0007949	JOULEX S.A.S	31/01/2022	409,89			600,00	Non
F0007993	DEAPHAR	31/01/2022	120,53			250,00	Non
F0008082	FRANCOBIOK	31/01/2022	294,20			182,00	Oui
F0008086	A.P.S. NUTRITION SARL	31/01/2022	316,51			750,00	Non
F0008088	BRANBY ET FILS	31/01/2022	270,12			224,00	Non
F0008089	AQUACRISTE B.V.	31/01/2022	172,58			130,00	Oui
F0008089	SHIMMEX FRANCE SARL	31/01/2022	1 090,45			232,00	Oui
F0008090K	HILL'S PET NUTRITION SNC France	31/01/2022	935,69			487,00	Non
F0011318	ANTIPA (ARGOUR)	31/01/2022	621,01			680,00	Non
F0011573	ALIBON	31/01/2022	45,08			200,00	Non
F0015241	MY FAMILY	31/01/2022	37,97			165,00	Non
F0015458	PRODOG & CO	31/01/2022	839,29			200,00	Oui
F0015802	SARL HELEN BAUD	31/01/2022	81,72			166,00	Non
F0015859	PROSERVICE	31/01/2022	88,80			200,00	Non
F0016039	DISTRICALI	31/01/2022	372,00			425,00	Non
F0016826	FLAMINGO PET PRODUCTS	31/01/2022	738,90			350,00	Oui
F0016873	AQUAROCHE SARL	31/01/2022	87,32			280,00	Non
F0016278	AQUA PLANTS FRANCE SAS	31/01/2022	284,47			600,00	Non
F0016877	MARTIN PET FOODS	31/01/2022	6 678,00			420,00	Oui
F0016908	LARKYGROUP	31/01/2022	297,43			300,00	Non
F0016935	SWETS IN S	31/01/2022	204,00			600,00	Non
F0020942	HWYER	31/01/2022	20,00			250,00	Non
F0020961	CROCI CAMPANILE	31/01/2022	503,11			250,00	Oui
F0021877	REPRISE NICOT	31/01/2022	6,73			0,00	

est gratuite ou pas. Comme on peut le voir sur ce tableau la commande pour Hill's atteint le franco. Et si elle ne l'a pas, il est renseigné sur la ligne appelé « seuil franco » le seuil à atteindre pour avoir la livraison gratuite. Dans ce cas, si le montant de la commande est proche du seuil à atteindre, alors souvent on rajoutait quelques produits en plus dans la commande. Et si le franco est vraiment très loin du montant de la commande comme pour le fournisseur « aquarium systems », alors on attend d'avoir moins de stock pour avoir plus de produits à commander. Maintenant le franco atteint pour la commande « Hill's », le logiciel Axapta nous a ensuite proposer le bon de préparation de commande (Voir annexes) qui calcule en fonction du stock la quantité à commander et en fonction on valide si on veut plus ou moins que la quantité proposée sur les différents produits. Suite à cela on valide la commande et on imprime le bon de commande pour avoir le récapitulatif des produits commandés en détails. Suite à cela lors de la livraison de la commande, on récupère le bon de livraison que le fournisseur a laisser sur la palette qui renseigne les nombres de palettes, le nombre de colis ainsi que le nombre de produits qu'ils nous ont été livrés. Et ~~Nous~~ procédons à l'impression du bon de réception en renseignant toutes les données concernant les produits : numéro de commande, numéro de bon de livraison, nombres de palettes et le transporteur. C'est là qu'ensuite on peut procéder au comptage de chaque produit en comparant ce que l'on compte sur la palette et ce qu'il est renseigné sur le bon de livraison et au fur à mesure je valide la quantité si celle-ci est bien renseigné.

The image shows two identical copies of a 'BON DE LIVRAISON' (Delivery Note) form from Hill's Pet Nutrition. The forms are printed on a grid background and include a header with the Hill's logo and contact information. The forms are filled out with product details, including product codes, descriptions, and quantities. The forms are printed on a grid background and include a header with the Hill's logo and contact information.

Si tous les produits sont renseignés alors je rempli le bon de livraison ci-contre en inscrivant le bon nombre. Dans ce cas on peut voir que pour le produit « croquette chat adulte thon 1,5kg »

le fournisseur renseigne la quantité de 0 alors que ce dernier a été commandé dans ce cas cela veut dire que l'entreprise fournisseur est en rupture et qu'il est en attente d'arrivage et le livrera dès qu'elle aura du stock.

The image shows two versions of a 'Préparation de réception' (Preparation of reception) form from Botanic. The left version is a blank form with a table for recording reception details. The right version is the same form with handwritten entries in the 'Litige' column, indicating a dispute.

Lot	Description	Quantité	Prix TTC	Litige	Date	Reçu	Litige	Date	Reçu	Litige
100000	Produit A	100	10.00							
100001	Produit B	200	20.00							
100002	Produit C	300	30.00							
100003	Produit D	400	40.00							
100004	Produit E	500	50.00							
100005	Produit F	600	60.00							
100006	Produit G	700	70.00							
100007	Produit H	800	80.00							
100008	Produit I	900	90.00							
100009	Produit J	1000	100.00							

S'il s'avère qu'il n'y a pas le même nombre que ce qui est renseigné sur le bon de livraison alors il faut remplir la case « litige » sur le bon de réception en expliquant la nature du litige par

exemple si un produit est endommagé ou autre. Cependant si le produit est endommagé et que la valeur du produit est inférieure à 10€ alors très souvent le litige n'est pas déclaré afin de ne pas tout désorganisé pour un seul produit.

Enfin, on réceptionne la commande en stock, c'est à dire qu'on valide sur Axapta que cette commande a bien été reçu et compté. On imprime ensuite l'accusé de réception de marchandise qui valide la bonne entrée des stocks en magasin. Ensuite on stock la palette dans la réserve correspondant au rayon.



### 3- Merchandising

Lors de ce stage, j'ai effectué de nombreuses fois la mission de merchandising qui regroupe une multitude de tâches comme la mise en rayon, la mise en place de gondole, le facing.... Dans un premier temps, j'ai fait de la mise en place de gondoles dans le secteur saisonnier, le village de Noël et sa décoration laissant la place dès le 15 février au secteur plein air. L'objectif était de démonter en un mois tout le secteur Noël c'est-à-dire enlever les produits, les mettre en réserve, démonter les gondoles puis réadapter les rayons pour le secteur plein air. J'ai donc eu la chance de pouvoir aider à cette tâche, en montant des gondoles, en faisant un « squelette » en amont. C'est-à-dire prendre un exemplaire de chaque produit et choisir la disposition la plus « accrocheuse » sur la gondole afin que cela donne un bon rendu, la disposition peut dépendre de la taille du produit, de sa couleur, de sa forme etc... Pour assurer ensuite le remplissage de chaque produit sur la gondole et créer du volume.

AVANT



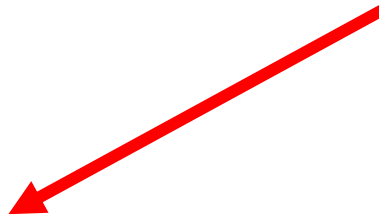
APRES



Dans un deuxième temps, j'ai fait de la mise en rayon qui consiste essentiellement à rajouter les produits manquants dans le rayon mais aussi pour permettre qu'il y ait plus de stock sur les produits qui se vendent le plus. Il faut toujours assurer des rayons remplis pour garder une impression de volume.

Enfin j'ai fait du facing en animalerie, au marché bio, en serre... Il est différent en fonction du secteur, par exemple au marché bio et en animalerie il faut faire en sorte de ramener les produits du fond en avant afin que cela face un rayon plein, alors qu'en serre c'est légèrement différent c'est-à-dire qu'il faut enlever les plantes, puis nettoyer le support où sont posées les plantes et pour finir par remettre les plantes par variétés de préférence afin d'avoir un bon rendu final.

### AVANT



### APRES



A display of various cushions and covers in different colors and patterns, arranged on wooden shelves and hanging vertically. The cushions are stacked on two shelves, showing a variety of colors including red, white, yellow, green, and dark grey, some with patterns like polka dots and floral designs. Below the shelves, several covers are hanging vertically, showing colors like red, yellow, white with floral patterns, green with polka dots, and dark green.



#### 4- Gestion des articles soldés

logiciel Axapta quels été les articles « g  
recommandé par la  
suite et dont on arrête  
la vente. Et donc pour  
s'assurer de la bonne  
liquidation des  
produits, mon tuteur  
n'hésite pas à mettre  
un prix en dessous du  
prix de base ainsi que  
du prix d'achat comme

on peut le voir ci-contre où il écrit de façon



Suite à cela nous avons utilisé deux têtes de gondoles pour mettre en avant les produits soldés. ~~De plus~~ du fait de l'arrivée de maxi zoo le nouveau concurrent pour le rayon animalerie de Botanic une remise a été faite~~x~~ pour attirer le plus de clients possibles avec une remise de 50% sur le deuxième paquet de croquettes acheté pour chiens et chats.

~~De plus~~, j'ai également pu m'occuper de la gestion des soldes dans le rayon boutique où j'étais plus sur l'aspect physique des soldes c'est-à-dire que je me suis chargé~~e~~ de récupérer les produits réservés pour les soldes, je les ai ensuite mis en place sur un Rollis de façon à avoir un visuel intéressant pour le client. J'ai scanner~~e~~ à l'aide d'un smartphone Botanic chaque article et les ai étiquetées~~s~~ pour enseigner les prix ~~de base~~. Suite à cela j'ai procédé au double étiquetage en prenant le prix de base puis en enlevant à ce prix le pourcentage imposé par le responsable de rayon. ~~Et~~ pour finir il faut afficher sur la double étiqueteuse le prix soldé et coller le nouveau prix sur celui de base.

on parle plutôt de  
prix de référence

## **Conclusion**

Ce stage m'a beaucoup apporté autant sur le plan professionnel que personnel, j'ai pu développer mes connaissances vues en cours et les mettre en pratique en grande partie sur l'aspect de la vente avec les clients. J'ai acquis de l'autonomie et de la maturité au contact de professionnel. Toutes ces compétences acquises vont me servir dans le cadre de mon projet professionnel. En effet, je souhaite me diriger vers un métier d'acheteur international, qui m'a toujours attirée et qui confirme mon choix.

## Bibliographie

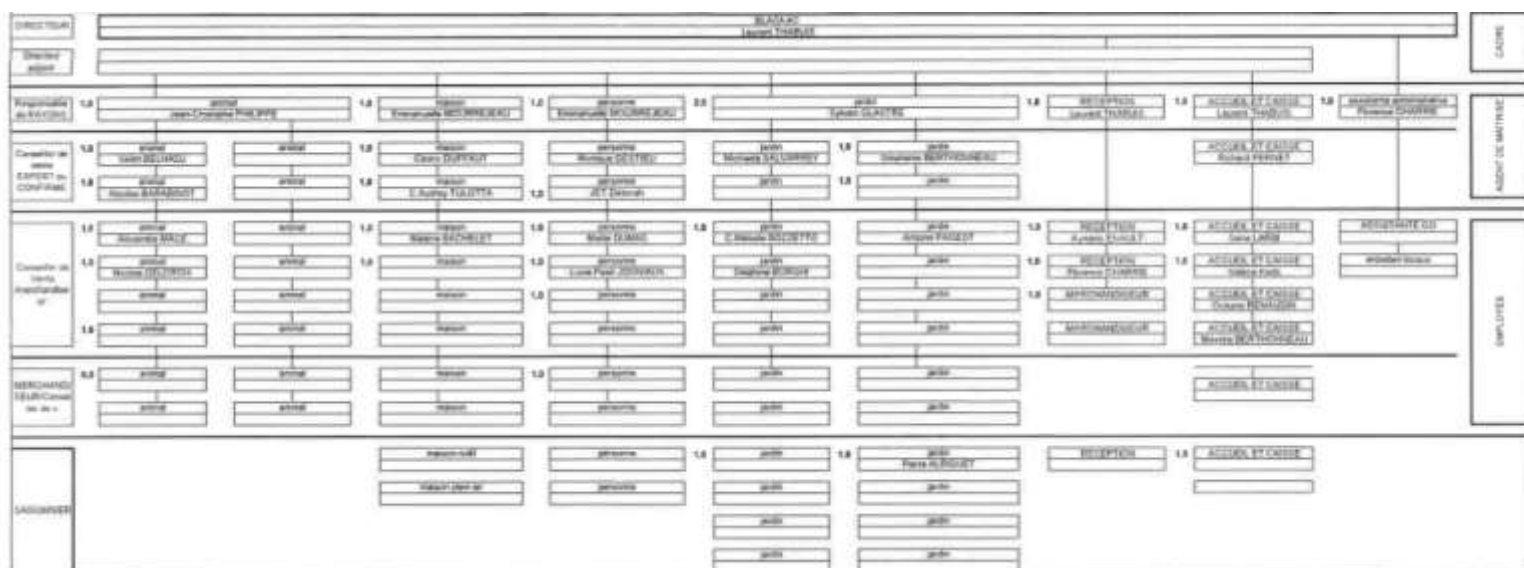
- « BOTANIC » site internet : <https://www.botanic.com/>
- Botanic Wikipedia : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Botanic>
- Chiffres clés Val'hor des jardinerie graineterie 2020 publié par Laurent FRELAT :  
[https://www.valhor.fr/fileadmin/A-Valhor/Valhor\\_PDF/Etudes\\_ChiffresclesjardineriegraineterieDonnes2020\\_IplusC.pdf](https://www.valhor.fr/fileadmin/A-Valhor/Valhor_PDF/Etudes_ChiffresclesjardineriegraineterieDonnes2020_IplusC.pdf)
- Etude de marché de l'animalerie : chiffres et éléments :  
<https://jesuisentrepreneur.fr/idees-business/animalerie-graineterie>
- « Toute la franchise » site internet titre Reconversion professionnelle : le secteur de l'animalerie, un marché très porteur publié le 18/09/2020 16:00 par José Kossa :  
[FRANCHISE ANIMALERIE](#)



### Plans du magasin Botanic Blagnac :



## Organigramme de l'entreprise Botanic Blagnac :



## Evolution des chiffres d'affaires de Botanic Blagnac :

### Chiffre d'affaires 2015 :

TABLEAU DE BORD PRINCIPAL MAGASIN (hors web)

Magasin : SLA V2.2

Période N Du : 01/01/2015

Période N-1 Du : 01/01/2014

01/12/2015

01/12/2014

00

	CA			Détail & Partier					Marge brute					Chiffre d'affaires					Marge brute					Stock				
	Valeur M	Indice		Nb Clients	Préq	Partier moyen	Taux M	Valeur M		Taux M		Taux M		Taux M	Valeur M		Taux M		Taux M	Valeur M		Taux M		Taux M	Valeur M			
Indicateurs	M	N-1	Q1	Q4	M	N	Evts	M	N-1	Q1	M	Evts	M	N-1	Q1	M	N-1	Q1	M	Evts	M	N-1	Q1	M	N-1	Q1		
1.0. Services	- 1.4	100.0		912	111.8	9.8	- 1.5	12.9	100.0	100.0	- 1.4	- 1.4	0.0	0.0	100.0	100.0	- 1.4	- 1.4	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
1.1. MARCHÉ DU JARDIN	1 005.8	95.8	81.3	89 812	94.3	42.7	38.9	111.2	45.9	45.2	45.5	909.4	129.8	0.9	2.5	3.9	42.3	43.7	43.1	897.3	133.0	124.6	107.7	480.3	46.1			
1.2. MARCHÉ DE LA MAISON	388.3	94.4	81.1	41 280	95.3	34.7	18.9	90.0	40.1	47.8	48.3	303.8	35.1	0.1	0.3	0.2	42.0	41.4	41.9	378.1	36.4	334.1	109.4	190.3	73.9			
1.3. MARCHÉ DE L'AMBIANCE	1 597.6	100.0	90.4	98 127	99.9	14.7	34.9	87.0	45.1	44.8	44.3	838.9	102.7	0.9	2.5	3.4	42.3	43.1	41.9	888.9	100.0	170.0	158.4	2.2				
1.4. MARCHÉ DE LA PERSONNE	811.3	108.0	102.8	54 086	101.8	33.4	14.9	196.1	32.3	32.5	32.7	216.0	1.8	9.3	9.1	7.8	25.7	33.4	29.3	183.8	14.9	178.9	170.1	159.0	36.9			
Coopéra et Famille (180130)	- 19.9	85.0	73.4																									
TOTAL région (hors coopéra)	4 992.2	96.2	91.4	189 246	96.9	100.3	36.2	96.9	45.8	45.7	45.4	2 146.9	204.9	4.8	4.1	3.9	36.7	36.7	36.6	1 912.0	227.9	1 086.1	1 081.2	1 912.0	96.9			
TOTAL région (avec coopéra)	4 988.3	96.4	91.3	189 246	96.9	100.3	36.2	96.9	45.8	45.7	45.4	2 146.9	204.9	4.8	4.1	3.9	36.7	36.7	36.6	1 912.0	227.9	1 086.1	1 081.2	1 912.0	96.9			

### Chiffre d'affaires 2017 :

TABLEAU DE BORD PRINCIPAL MAGASIN (hors web)

Magasin: SLA V2.3

Période N Du: 01/01/2017 Au: 31/12/2017

Période N-1 Du: 01/01/2016 Au: 31/12/2016

00

	CA			CMR et Partier				Marge brute				Chiffre d'affaires				Marge brute				Stock					
	Valeur M	Indice		ds Client	Pctg	Pctg moyen	Taux %	Valeur M	Taux %			Taux %	Valeur M	Taux %			Taux %	Valeur M	ds Client	Pctg	Pctg moyen				
Indicateurs	N	N-1	Q1	Q2	Q3	Q4	N	N-1	Q1	Q2	Q3	Q4	N	N-1	Q1	Q2	Q3	Q4	N	N-1	Q1	Q2	Q3	Q4	
1.0. Services	- 3.9	100.0					1 754	147.6	- 1.1	- 1.7	37.4	100.0	100.0	- 3.9	- 3.0	0.0	0.0	100.0	100.0	- 3.9	- 3.0	0.0	0.0	0.0	
1.1. MARCHÉ DU JARDIN	2 086.3	108.7	104.9	11 716	100.0	40.3	28.3	192.7	44.9	41.4	40.6	833.8	15.4	3.8	4.0	2.9	40.7	41.5	40.7	894.0	11.9	449.4	100.3	439.8	22.9
1.2. MARCHÉ DE LA MAISON	602.1	106.4	102.3	42 827	105.4	25.7	18.9	90.0	41.6	40.7	40.5	381.7	5.8	0.3	0.7	0.5	41.4	40.9	42.2	391.7	2.9	153.8	214.8	186.9	8.9
1.3. MARCHÉ DE L'AMBIANCE	1 991.7	100.0	93.2	55 493	99.9	33.9	24.1	90.1	44.3	44.3	44.4	883.0	110.0	0.7	2.5	2.5	41.6	41.4	41.9	888.7	100.0	187.5	182.9	189.9	1.7
1.4. MARCHÉ DE LA PERSONNE	403.9	106.3	95.8	39 066	104.4	24.1	15.1	190.5	31.3	31.6	31.7	394.0	16.3	7.3	7.9	7.3	25.9	33.9	34.0	394.0	13.0	182.5	189.9	184.6	17.9
Coopéra et Famille (180130)	- 19.9	119.0	104.3																						
TOTAL région (hors coopéra)	4 990.1	100.7	96.7	189 997	101.7	100.0	36.9	100.9	45.9	45.7	45.4	2 146.9	204.9	4.8	4.9	4.9	36.8	36.9	36.6	1 912.0	227.9	1 086.1	1 081.2	1 912.0	96.1
TOTAL région (avec coopéra)	4 975.9	100.7	96.4	189 997	101.7	100.0	36.9	100.9	45.9	45.7	45.4	2 146.9	204.9	4.8	4.9	4.9	36.8	36.9	36.6	1 912.0	227.9	1 086.1	1 081.2	1 912.0	96.1



## Chiffre d'affaires 2020 :

TABLEAU DE BORD PRINCIPAL MAGASIN (hors web)

Magasin: SLA V2.3

Période N Du: 01/01/2020 Au: 31/12/2020

Période N-1 Du: 01/01/2019 Au: 31/12/2019

Nomenclature	CA			Débit & Panier					Marge brute					Céramique			Marge nette					Stock			
	Valeur k€	Infos		Nb Clients	Info	Panier moyen	Taux %	Valeur k€	Taux %	Céramique		Taux %	Valeur k€	Infos		Taux %	Valeur k€	Infos		N	M-1	Qd	Info	Qd	
	N	N-1	Qd	Qd	Info	N	Info	N	M-1	Qd	N	M-1	Qd	N	M-1	Qd	N	M-1	Qd	N	M-1	Qd	Info	Qd	
US Service	- 1,2	140,0		940	75,9	9,9	- 1,4	196,0	100,0	100,0		- 1,2	- 1,2	0,0	0,0		100,0	100,0		- 1,2	- 1,2	0,0	0,0	0,0	0,0
1/1 MARCHÉ DU JARDIN	2 265,7	1 072,2	106,9	49 887	120,8	48,2	52,4	107,2	48,8	44,8	45,9	1 070,0	78,6	2,1	3,1	3,3	44,5	42,8	42,8	1 007,0	102,4	444,2	481,8	112,2	34,5
1/2 MARCHÉ DE LA MAISON	867,9	100,3	109,8	40 079	83,8	21,7	21,8	108,4	49,4	48,2	48,9	426,1	9,8	4,0	4,4	5,8	45,4	43,8	43,1	300,0	21,1	180,8	203,8	183,5	5,3
1/3 MARCHÉ DE L'AMBIAL	1 576,8	100,8	109,8	52 358	97,9	38,1	26,3	107,1	42,9	43,7	44,1	580,7	2,4	1,8	2,9	2,8	40,9	40,8	41,5	362,4	11,3	197,4	208,9	199,4	- 2,0
1/4 MARCHÉ DE LA PERSONNE	648,9	80,3	87,8	47 473	98,2	28,3	14,2	104,8	31,7	32,8	31,8	181,8	- 27,1	10,1	9,1	7,8	21,8	22,5	24,1	130,6	- 36,2	162,8	194,2	175,7	7,1
Coupons et Remise (180130)	- 18,0	111,8	106,7																						
TOTAL région (hors coupons)	5 114,7	1 363,3	132,3	146 848	91,8	182,0	38,2	112,3	44,1	42,7	42,7	2 246,1	38,9	3,7	4,1	4,2	46,7	39,8	39,4	2 076,7	87,8	1 913,6	1 889,3	988,8	44,7
TOTAL région (avec coupons)	5 096,7	1 363,3	131,8	146 848	91,8	182,0	38,2	112,3	44,1	42,7	42,7	2 246,1	38,9	3,3	4,1	4,2	46,7	39,8	39,4	2 076,7	87,8	1 913,6	1 889,3	988,8	44,7

## Chiffre d'affaires 2021 :

TABLEAU DE BORD PRINCIPAL MAGASIN (hors web)

Magasin: SLA V2.3

Période N Du: 01/01/2021 Au: 31/12/2021

Période N-1 Du: 01/01/2020 Au: 31/12/2020



Nomenclature	CA			Débit & Panier				Marge brute				Céramique			Marge nette				Stock						
	Valeur k€	Info		Nb Clients	Info	Panier moyen	Taux %	Valeur k€	Taux %			Taux %		Taux %	Valeur k€		Valeur k€		Valeur k€						
	N	N-1	Qd	Qd	Info	N	Info	N	N-1	Qd	N	N-1	Qd	N	N-1	Qd	N	N-1	Qd	N	N-1	Qd	Info		
1/1 MARCHÉ DU JARDIN	2 635,9	1 157,7	121,1	79 421	113,8	46,7	23,3	181,8	48,4	48,8	48,8	1 213,7	224,9	2,7	2,1	3,2	43,7	44,5	42,8	1 145,4	222,6	511,4	444,2	424,3	87,1
1/2 MARCHÉ DE LA MAISON	1 022,8	117,9	114,7	48 260	119,5	26,3	22,1	122,1	48,2	48,4	48,8	502,4	68,9	5,3	4,0	5,1	44,0	45,8	43,9	448,5	58,3	282,3	189,3	185,8	6,7
1/3 MARCHÉ DE L'AMBIAL	1 528,4	111,1	114,1	58 889	112,4	38,0	28,3	108,8	42,2	42,8	43,4	844,4	83,3	2,8	1,8	2,6	38,4	40,9	41,8	402,0	83,3	383,2	197,8	200,9	2,3
1/4 MARCHÉ DE LA PERSONNE	621,4	132,3	89,8	42 287	108,8	27,7	13,7	38,2	31,1	31,7	31,8	188,2	- 5,2	11,0	10,1	7,3	30,1	21,8	21,9	124,7	- 25,1	180,3	152,8	187,2	13,1
Coupons et Remise (190130)	- 21,4	118,4	123,9																						
TOTAL région (hors coupons)	5 788,4	1 513,3	119,7	188 456	112,9	100,0	35,3	105,4	43,8	44,1	44,7	2 558,3	348,9	4,1	3,3	5,8	39,3	40,1	39,8	2 330,3	307,8	1 086,8	1 015,8	888,0	108,9
TOTAL région (avec coupons)	5 767,0	1 513,3	119,8	188 456	112,9	100,0	35,3	105,4	43,8	44,1	44,7	2 558,3	348,9	4,1	3,3	5,8	39,3	40,1	39,8	2 330,3	307,8	1 086,8	1 015,8	888,0	108,9

## Zone de chalandise du magasin depuis 2008 :



# Bon de préparation de commande :

## BON DE PRÉPARATION DE COMMANDE

**Fournisseur :**

Délai livraison : 3 jours

Franco à partir de : 457,00 EUR

**Compte fournisseur : F0009995**

**HILL'S PET NUTRITION SMC France**

**250 ROUTE DES LUCIOLES**

**BP 221**

**06804 SOPHIA ANTIPOLIS CEDEX**

Tel: 04 92 95 25 40

Fax: 04 76 77 40 06

E-mail: service-clients\_hill@hillpet.com

Contrôle à la livraison : Toujours

**Notes fournisseur Central:** Minimum de commande 50 kgs - Frais de port de 22€ pour toute commande entre 50 et 100 kgs - Si commande le lundi avant midi livraison dans le

Edité le 31/01/2022 @SYS92533

Page 1 / 4

Note Fournisseur magasin:

A C R A S A S O S T A C	Référence fournisseur	Gencod	Désignation	Infos techniques	UC	M	Stock		Histo en UC ventus			Cdes en cours		Code Interne	Qté Voulu	Qté Prop. (1) / Qté Châtrée	P.A. Net	PVGCE	PMP	PV TTC Actif	Marge Enché (2)
							Thés.	Fac	Jan21	Feb21	Mar21	Décl. liv.	Qté								
M 2 R A	804012	000214021189	Feline adult 4 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130281	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804018	000214021191	Feline adult 4 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130282	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult light 3 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130283	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130284	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130285	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130286	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130287	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130288	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130289	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130290	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130291	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130292	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130293	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130294	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130295	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130296	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130297	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130298	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130299	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130300	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130301	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130302	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130303	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130304	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130305	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130306	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130307	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130308	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130309	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130310	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130311	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130312	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130313	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130314	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130315	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130316	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130317	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130318	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130319	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130320	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130321	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130322	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130323	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130324	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130325	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130326	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB	4,20	PR	9,2	1	3,00	4,20	3,00	0,0	130327	PCB	0,0 / 0,0	9,27	13,90	9,19	13,90	25,13
M 2 R A	804019	000214021190	Feline adult perfect w. 2 seasons	12 x 80g Sachet	PCB																

Page 2																						
A C R A S A B S T A C	Référence Fournisseur	Gencod	Désignation	Infos techniques	UC	M	Stock		Histo en UC ventes				Cotes en cours		Code Interne	Qté Vendue	Qté Prop (1) / Qté Châtrée	P.A. Net	PVOC	PMP	PV TTC Actif	Marge Entrée (2)
							Thés.	Fac	Jan21	Fév21	Mar21	Détail liv.	Qté									
M I R A	604134	000742024042	Faire mature verticilé poulet	3kg	PCS	1,00	PR	1,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18,00	33,30	19,49	35,90	39,80
M I R A	604131	000742022112	Faire mature bon	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,00	20,90	11,49	20,90	35,29
M I R A	604134	000742020111	Faire verticilé poulet	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,79	20,90	11,81	20,90	32,49
M I R A	604138	000742024127	Faire verticilé poulet	3kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18,23	33,30	19,53	33,90	31,49
12000002001 Chair																						
M I R A	604608	000742020104	Carré poulet large poulet	10kg	PCS	1,00	PR	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,00	73,90	49,99	73,90	39,80
12000002002																						
M I R A	604287	000742024074	Carré poulet medium poulet	2,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,90	20,90	11,89	20,90	32,13
M I R A	604290	000742021754	Carré poulet 500g poulet	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9,90	17,90	9,49	17,90	30,49
12000002003																						
M I R A	604310	000742024001	Carré poulet large poulet	10kg	PCS	1,00	PR	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,00	73,90	49,99	73,90	39,80
12000002004																						
M I R A	604318	000742020000	Carré poulet large poulet w	13kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,00	73,90	49,99	73,90	39,80
M I R A	604306	000742021004	Carré poulet large poulet	10kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,00	73,90	49,99	73,90	39,80
12000002005																						
M I R A	604300	000742020104	Carré poulet medium poulet	2,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	12,90	22,90	11,99	22,90	34,19
M I R A	604306	000742020104	Carré poulet medium poulet w	2kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,29	20,90	11,17	20,90	35,19
M I R A	604274	000742020001	Carré poulet medium poulet	2,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,80	20,90	11,77	20,90	32,13
M I R A	604270	000742020104	Carré poulet medium poulet	12kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37,39	64,90	36,71	64,90	31,11
12000002006																						
M I R A	604286	000742024145	Carré poulet 500g poulet	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9,39	16,90	9,29	16,90	31,71
M I R A	604286	000742024145	Carré poulet 500g poulet w	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10,10	17,90	10,10	17,90	30,49
M I R A	604280	000742020101	Carré poulet 500g poulet	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9,39	16,90	9,29	16,90	31,71
M I R A	604344	000742020106	Carré poulet 500g poulet	3kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,60	27,90	15,12	27,90	31,93
M I R A	604347	000742020103	Carré poulet 500g poulet	1,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,15	17,90	15,12	17,90	30,49
12000002007																						
M I R A	604274	000742020000	Carré poulet large poulet	10kg	PCS	1,00	PR	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,00	73,90	49,99	73,90	39,80
12000002008																						
M I R A	604338	000742020000	Carré poulet large poulet	2,5kg	PCS	1,00	PR	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	19,90	32,90	19,90	32,90	27,90

C : Assorti par la centrale, M : Assorti en magasin / R : RSA, M : Marue

(1) : Cumul des quantités des grossistes et du fabricant

(2) : En fonction du P.A. Net et du PV HT Actif

Exemple fournisseur : F0009995																							Page 4 / 7	
A C R A S A B S T A C	Référence Fournisseur	Gencod	Désignation	Infos techniques	UC	M	Stock		Histo en UC ventes				Cotes en cours		Code Interne	Qté Vendue	Qté Prop. (1) / Qté Châtrée	P.A. Net	PVOC	PMP	PV TTC Actif	Marge Entrée (2)		
							Thés.	Fac	Jan21	Fév21	Mar21	Détail liv.	Qté											
M I R A	604280	000742024006	Carré poulet (medium-light poulet) 10kg		PCS	1,00	PR	1,0	1	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	1,0 / 0,0	41,57	69,90	40,57	69,90	35,90		
M I R A	604280	000742020106	Carré poulet (medium-light poulet) 2,5kg		PCS	1,00	PR	0,0	1	2,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,0 / 0,0	11,80	30,90	11,90	32,90	32,10		
M I R A	604340	000742020101	Carré poulet (medium-light poulet) 3kg		PCS	1,00		2	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,0 / 0,0	38,21	64,87	39,32	64,90	29,53		
M I R A	604340	000742020000	Carré poulet (500g poulet) 3kg		PCS	1,00	PR	0,0	0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,0 / 0,0	16,49	29,90	15,67	29,90	33,57		
M I R A	604338	000742020000	Carré poulet (500g poulet) 1,5kg		PCS	1,00	PR	0,0	0	0,00	0,00	0,00	0,00000	0,00	0,00	0,00	0,0 / 0,0	10,11	17,90	9,80	17,90	33,67		

C : Assorti par la centrale, M : Assorti en magasin / R : RSA, M : Marue

(1) : Cumul des quantités des grossistes et du fabricant

(2) : En fonction du P.A. Net et du PV HT Actif



Procédure d'une mise en rayon dans le secteur de la serre :



Deuxième exemple :





Interview avec le personnel de l'entreprise :

- Interview avec la manager de rayon : **Emmanuelle MOURREJEAU**

Quelle est votre profession et quelle est votre place au sein de l'entreprise ? Depuis quand l'exercer vous ?

Je suis manager de rayon depuis maintenant 4 ans.

Pourquoi avez-vous choisi ce métier ?

Car j'aime beaucoup le management, le fait de communiquer avec mes équipes et de m'assurer leur bien-être. Je l'ai également choisi car c'est un métier très varié.

Quel a été votre parcours d'études et professionnel ?

Après le lycée, j'ai fait un CAP fleuriste suivi d'un BP fleuriste. Suite à cela je suis entrée à Botanic en 2002 en tant que fleuriste de métier pendant environ 4 ans puis Botanic a fermé sa fleuristerie j'ai donc fait 1 an en tant que salarié chez Botanic, j'ai été maitre jardinier pendant 4 ans. Je suis ensuite passée vendeur experte où j'ai exercé ce métier pendant 7 ans. Puis j'ai fini par être responsable de rayon qui a récemment été renommé par manager de rayon. Actuellement je fais un cursus évolutif de responsable de rayon pour être directrice adjointe.

Quelles sont vos principales missions ?

Mes principales missions sont :

- Manager mes équipes
- Passer les commandes pour tous les rayons qui me concerne
- Maintenir la bonne tenue du commerce
- Générer du chiffre
- Être garant des outils de gestions (les marges)
- S'assurer du fonctionnement du magasin

Travaillez-vous seul ou en équipe ?

Je travaille en équipe, d'une part mon équipe de l'univers personne qui regroupe le rayon du marché bio, coin enfant et de la librairie. D'~~une~~ autre part avec mon équipe de l'univers maison donc le rayon boutique, de la serre et le rayon saisonnier. Et pour finir je travaille également beaucoup avec les autres responsables ainsi que le directeur.

Quels sont vos horaires ?

Je n'ai pas vraiment d'horaires c'est-à-dire que je suis annualisé donc payé au nombre d'heure que je fais à la fin de l'année. Donc je peux adapter mes heures en fonction de la charge de

travail par exemple je vais être plus présente à la saison de Noël et du printemps alors qu'aux autres saison je serais un peu plus libre. Après nous avons quand même un maximum et un minimum d'heure à ne pas dépasser.

Qu'est qu'il vous intéresse le plus dans votre métier ?

Ce qui m'intéresse le plus c'est la diversité des tâches ainsi que l'organisation et la planification de ces dernières. J'aime également travailler avec l'humain car j'aime cette proximité qu'il y a avec lui. Et je trouve cela très enrichissant.

Êtes-vous amené à vous déplacer en dehors de votre lieu de travail ? Si oui, pour quel genre de missions ?

Oui, lors des salons concernant mes rayons (serre, boutique, marché bio, librairie...) et cela m'est déjà arrivé de me déplacer en Hollande pour des salons concernant le rayon serre. Je me déplace aussi pour les formations.

Est-ce que votre métier prend beaucoup sur votre temps personnel ?

Non car j'estime arriver à bien équilibrer la partie travail et la partie personnelle.

Quels sont les avantages et les inconvénients de votre métier ?

Avantages : c'est la liberté d'action, donc la liberté de prendre des décisions seule et en équipe. Mais aussi la diversité des tâches. Puis je trouve que le métier de manager de rayon est un des métiers dans notre magasin le plus intéressant.

Inconvénients : c'est le stress du résultat ainsi que l'oppression des équipes car elles sont toujours à me poser des questions sur pleins de domaines différents.

Quels sont les différents métiers avec lesquels vous travaillez ?

Je travaille avec un peu tous les métiers c'est-à-dire je travaille autant avec une caissière qu'avec le directeur. Mais si je devais citer ceux avec lesquels je travaille le plus, je dirais ma gestionnaire, les conseiller de vente, et le directeur.

Travaillez-vous avec l'international ? Si oui avec quels pays ?

Oui je travaille avec l'internationale, surtout pour le rayon serre avec l'entreprise KAEMINGK qui est basé en Hollande avec qui je suis en communication directe alors que pour certaines entreprises, il y a un intermédiaire c'est-à-dire que je passe commande à l'entreprise PROFITPLANT qui est basé en Hollande également mais il y a un intermédiaire à Paris avec lequel je communique ma commande et c'est lui qui ensuite passe ma commande à l'entreprise en Hollande.



- Interview avec le directeur du magasin : **Laurent THABUIS**

Quelle est votre profession et quelle est votre place au sein de l'entreprise ? Depuis quand l'exercer vous ?

Je suis directeur du magasin et j'exerce ce métier depuis 6 ans

Pourquoi avez-vous choisi ce métier ?

Car j'ai évolué avec le magasin et les valeurs de Botanic me corresponde parfaitement. Plus particulièrement tous ce qui concerne les ressources humaines c'est-à-dire : manager par le calme et s'assurer le bien-être des salariés et qu'ils soient bien quand ils travaillent. De plus j'ai choisi ce travail car c'est très varié et j'aime beaucoup la gestion mais aussi la relation avec l'Homme, et puis j'aime le challenge que ce métier propose.

Quel a été votre parcours d'études et professionnel ?

Dans un premier temps j'ai fait un BEPA (Brevet d'Enseignement Professionnel Agricole) avec une spécialité jardin espace vert. Ensuite j'ai fait un BTA (Brevet tech Agricole) avec la même spécialité, puis j'ai fini par un BTS Agricole avec comme spécialité commercialisation des produits horticoles. Après ça j'ai travaillé dans une enseigne appelée « Vive le jardin » à l'Union comme conseiller de vente pendant 5 ans puis j'ai été recruter par Botanic en tant que responsable de secteur pendant 12 ans puis 2 ans en tant que directeur adjoint. Et actuellement en tant que directeur.

Quelles sont vos principales missions ?

J'ai trois grandes missions avec des sous parties dans chacune :

1- L'activité commerciale

C'est être garant du commerce du magasin ainsi que ses résultats et le développement de sa clientèle. Il faut aussi savoir transmettre et contrôler les fondamentaux de la vente et adapter son commerce à l'environnement.

2- La gestion

C'est être garant des performances économiques du magasin, être capable d'anticiper toutes éventualités et d'évaluer les conséquences de ses actions. Il faut également savoir porter des projets en temps et en heure. Mais il faut par-dessus tout savoir identifier rapidement les dysfonctionnements et y apporter des solutions.

3- Le travail d'équipe



C'est savoir entrainer son équipe et être exemplaire tout en étant garant de la sécurité. Il faut aussi savoir définir et mettre en œuvre sa structure d'équipe et donner un sens aux projets. Et enfin il faut développer sans cesse les compétences de ses équipes.

Travaillez-vous seul ou en équipe ?

Je travaille en équipe, d'un côté je discute et prend les décisions avec mes responsables puis d'un autre coté avec mes collègues directeurs dans la région. (Réunion)

Quelles sont vos horaires ?

Je n'ai pas d'horaires prédéfinis, j'ai un contrat cadre ce qui veut dire que je suis payé au nombre de jours donc j'ai un quota de jours à avoir fait à la fin de l'année, ce qui est bien c'est que je peux ajuster mes jours en fonction en faisant par exemple une journée 7h30-19h et l'autre 10h-18h.

Qu'est qu'il vous intéresse le plus dans votre métier ?

C'est le fait d'être en relation avec l'Homme puis j'aime beaucoup manager mes équipes et gérer le magasin.

Êtes-vous amenez à vous déplacer en dehors de votre lieu de travail ? Si oui, pour quel genre de missions ?

Oui je me déplace pour assister à des formations mais également pour des réunions entre les différents directeurs de la région et pour les salons (Animalerie, Noël, Jardin, Maison, Décoration).

Est-ce que votre métier prend beaucoup sur votre temps personnel ?

Oui

Quels sont les avantages et les inconvénients de votre métier ?

Avantages : c'est la diversité des tâches mais aussi l'autonomie pour tout ce qui est des prises de décisions. Comme autre avantage je dirai qu'il y a l'épanouissement de la personne.

Inconvénients : c'est la délégation de pouvoir car le directeur est responsable pénalement de tout ce qui peut arriver dans le magasin. Puis je dirais c'est qu'il y a une inégalité de pourcentage entre la vie professionnel et la vie personnelle.

Quels sont les différents métiers avec lesquels vous travaillez ?

Je travaille beaucoup avec les responsables mais également avec le reste de l'équipe. Puis je travaille avec les directeurs de magasins de la région et le siège social : achat, Rh, gestion, travaux.

Travaillez-vous avec l'international ? Si oui avec quels pays ?

Oui nous travaillons avec différents pays en fonction des produits :  
-Plantes d'intérieures : Hollande

- Végétaux extérieurs : Italie et Espagne
- Décoration : Chine
- Animalerie : Portugal

Bilan de ces deux interviews :

J'ai choisi de faire ces deux interviews : à un manager et un directeur en effet c'est les postes qui me paraissaient le plus intéressant et qui m'attirais. ce sont

Pour moi ces deux interviews m'ont vraiment permis d'en savoir plus sur ces deux métiers : manager de rayon qui m'intéresse par rapport au management, l'achat et la gestion de stock. Et directeur du magasin qui me semble aussi très intéressant par ces nombreuses réunions entre ces équipes. Ce fut très intéressant de voir à quelle point le parcours d'études peut varier et comment c'est possible de se réorienter.