



# Capsule d'information

## Planographie

À l'intention des agents et fournisseurs

---

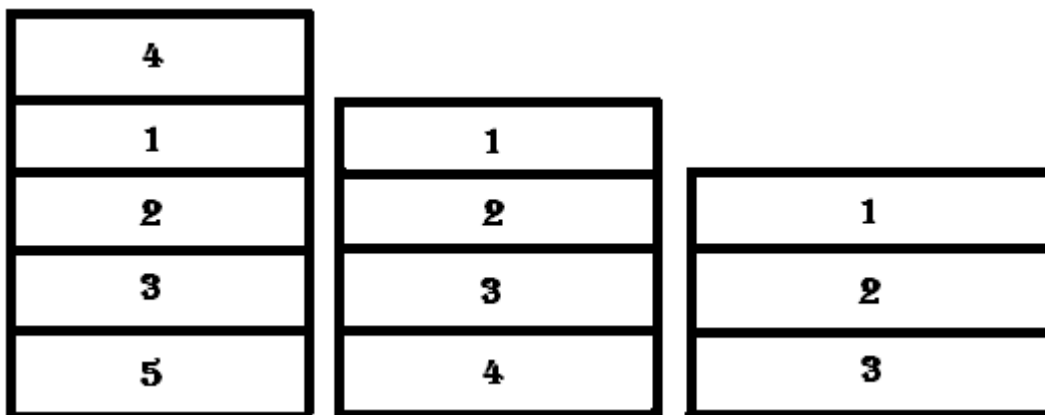
### Règles de positionnement des produits à l'intérieur des planogrammes

Les équipes de succursale sélectionnent présentement les produits qui iront dans leurs espaces *flex*, en remplacement des produits moins performants identifiés en décembre. À cet effet, la présente capsule d'information a pour objectif de faciliter la compréhension des règles de positionnement à l'intérieur de chaque planogramme. Il se veut un outil de référence qui guidera les succursales lors de l'exécution de leurs planogrammes ainsi que lors du positionnement des produits choisis.

### Principales règles de base applicables à tous les planogrammes

- Les vins blancs sont positionnés à gauche et les vins rouges à droite.
- L'allongeur doit toujours se retrouver sur la meilleure tablette.
- Lorsque l'espace le permet, les produits ayant plus d'un format doivent se retrouver côte-à-côte afin de réunir la famille en débutant avec le plus petit format à gauche et en allant vers le plus grand à droite.

Voici l'ordre de priorité des tablettes selon le nombre de tablettes :



- Le nombre d'espace *flex* est déterminé en fonction du groupe auquel appartient chaque succursale :
  - **Pour les groupes 2, 3 et 4** : un minimum d'un espace *flex* est prévu par planogramme.
  - **Pour les groupes 5, 6 et 7** : un minimum de 2 espaces *flex* sont prévus par planogramme.



# Capsule d'information

## Planographie

### À l'intention des agents et fournisseurs

---

- Ces espaces *flex* sont réservés aux produits courants et aucun produit de spécialité ne doit les occuper. Le choix de l'utilisation des espaces *flex* est laissé à la discrétion de la succursale parmi les options suivantes :
  - Produits courants absents du planogramme.
  - Ajout d'un allongeur si le planogramme n'en contient pas.
  - Augmenter le facing d'un produit (sans modifier le nombre total de produits de la succursale).
  - Peut être utilisé pour une catégorie adjacente.
- Les planogrammes envoyés aux succursales sont des planogrammes de base, soit des planogrammes ne contenant que les produits obligatoires de la catégorie selon le groupe dans lequel se trouve la succursale. La liste des produits obligatoires est disponible sur B2B, sous l'onglet *Politique et Normes*, section *Planographie*.
- Les nouveaux produits feront obligatoirement partie des planogrammes des succursales des groupes 6 et 7 et devront être positionnés sur les 2 meilleures tablettes en tout temps. Ces produits auront priorité sur tout autre produit et règle.
- Les nouveaux produits circulaires feront obligatoirement partie des planogrammes des succursales des groupes 5, 6 et 7 et devront être positionnés sur les 2 meilleures tablettes en tout temps. Ces produits auront priorité sur tout autre produit et règle.

Les règles de positionnement ont été établies en fonction des stratégies de développement des catégories et également en tenant compte du comportement d'achat des consommateurs. Afin d'en connaître plus sur l'ordre de positionnement des produits par catégorie, veuillez consulter les hyperliens ci-dessous :

- [Univers vins de repas](#)
- [Univers spiritueux](#)
- [Univers vins d'occasion](#)
- [Catégories spécifiques](#)

Pour toute information supplémentaire, n'hésitez pas à contacter  
notre **S**ervice d'**A**ssistance aux **R**elations d'**A**ffaires (SARA)  
par courriel à [sara@saq.qc.ca](mailto:sara@saq.qc.ca) ou par téléphone au 514 254-2711.