



Capsule d'information Planographie

À l'intention des agents et fournisseurs

Règles générales de la planographie 2010-2011 (groupes 5, 6 et 7)

Composition de la liste de produits courants obligatoires

- 600 meilleurs vendeurs en dollars
- 600 meilleurs vendeurs en volume (bouteilles)

La liste des produits obligatoires a été établie en croisant les 2 listes et tous les produits se retrouvent dans les produits obligatoires du groupe 7. Pour les groupes 5 et 6, la liste est déclinée en respectant la proportion du groupe 7 de chacune des catégories.

Les ventes considérées pour le calcul sont :

- Ventes (consommateurs et licenciés) des succursales pour les bannières Sélection, Classique et Express
- Ventes réalisées au cours de la période du 22 juin 2008 au 2 janvier 2010 (2008 P04 – 2009 P10)

Règles de positionnement des produits

Dans chacune des catégories applicables, nous regroupons les produits par :



- Pastilles de goût
 - les pastilles sont déployées selon le même ordre que les panneaux informatifs pour les clients dans les succursales
- Tranche de prix
 - le leader de la catégorie est positionné sur la meilleure tablette
 - les prix les plus élevés sont sur les meilleures tablettes
 - les prix se déclinent de gauche à droite du plus petit au plus grand
- Les spiritueux sont positionnés selon les divers formats d'une famille de haut en bas en favorisant le produit de format 1.14 l sur la meilleure tablette.

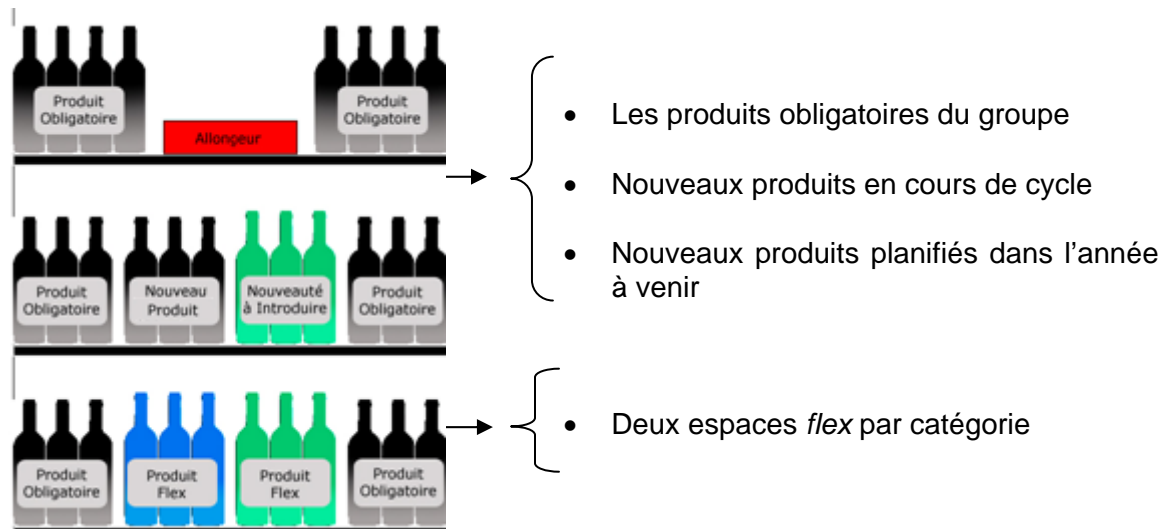
- Pour la catégorie *Liqueur & crème*, 3 segments sont développés : prémix, liqueurs et crèmes.
- En fonction de la performance des produits dans leur groupe d'appartenance, des *facing* additionnels sont accordés pour éviter les ruptures des produits durant la fin de semaine dans les succursales.

Note

- Les nouveaux produits sont dans les groupes 6 et 7 jusqu'à la fin de leur période d'évaluation (12 mois).
- Les vins agrobiologiques sont positionnés dans leur catégorie de provenance avec un indicateur sur la tablette pour informer le client.
- Les prix utilisés pour le positionnement sont maintenus pour la durée des planogrammes.
- À la suite d'une orientation différente de la Mise en marché pour une catégorie, certaines règles générales ne sont pas appliquées (exemple : dans la catégorie *Divers pays*, nous favorisons la Nouvelle-Zélande sur la meilleure tablette).

Exemple

Le plus petit planogramme du groupe 7 comprend :



Pour toute information supplémentaire, n'hésitez pas à contacter notre **Service d'Assistance aux Relations d'Affaires (SARA)**, par courriel à sara@saq.qc.ca ou par téléphone au 514 254-2711.