

- REGLES DE BASE POUR L'ETALAGE DES PRODUITS  
Fascicule d' instruction pour le personnel des coopératives de consommation

bureau international du travail, genève  
© MATCOM 1978-2001

par Urban Strand



## **MATCOM**

### **Matériel et techniques de formation en gestion coopérative**

Le projet MATCOM a été lancé en 1978 par le Bureau International du Travail avec l'aide financière de la Suède. Depuis 1984, MATCOM est financé par le Danemark, la Finlande et la Norvège.

En collaboration avec les organisations coopérative et les instituts de formation coopérative des diverses régions du monde, MATCOM prépare et élit du matériel destiné à la formation des gérant de coopératives. Il participe aussi à la formation des gérants de coopératives. Il participe aussi à la réalisation de versions de ce matériel adaptées aux besoins particuliers des différents pays. En outre, il fournit son assistance pour l'amélioration des méthodes de formation coopérative, et pour la formation de formateurs.

Droits réservés © Organisation International du Travail

# REGLES DE BASE POUR L'ETALAGE DES PRODUITS

Table des matières

Introduction	3
Comment exposer les produits de façon attrayante	
Comment exposer les produits de façon pratique	17
Comment exposer les produits sans risque	21
Comment effectuer un nouvel étalage	27
Test de contrôle	30
Exercices complémentaires	32

Fascicule MATCOM No: 13-02

Edition universelle: 1982  
ISBN: 92-2-202067-7

COMMENT APPRENDRE

- Etudiez attentivement le fascicule.
- Répondez par écrit à toutes les questions qui y sont posées. Cela vous aidera non seulement à apprendre, mais aussi à appliquer les connaissances acquises dans les travaux dont vous serez ultérieurement chargés.
- Après avoir vous-même étudié le fascicule, discutez-en avec votre formateur et vos collègues stagiaires, puis participez aux exercices pratiques organisés par votre formateur.

---

Cette édition française a été publiée en collaboration avec l'Alliance Coopérative Internationale (ACI), grâce à l'appui financier fourni par "DET KGL. SELSKAP FOR NORGES VEL" (Société Royale pour le Développement Rural en Norvège).

---

Texte original (anglais): Urban Strand  
Titre original (anglais): Basic Rules for the Display  
of Goods  
Traduction/adaptation : A. Benjacov  
Illustrations : Anja Langst/Bogna Maertens

Imprimée à Vienne, Autriche, 1982

---

# INTRODUCTION

- Est-ce que ces piles étaient sur la deuxième étagère, ou sur la troisième? En haut à gauche? Ou peut-être dans le dépôt? Nous les avons probablement toutes vendues. Nous n'en avons pas commandé hier donc nous n'en aurons pas pendant une semaine...



Marie attendait son tour. Elle regardait les étagères en pensant: "Il n'y a pas de biscuits aujourd'hui? Qu'est-ce que ces paquets rouges là en bas? Non, ils ont l'air d'être chers... Et peut-être que ce ne sont même pas des biscuits. Je ferais probablement mieux de renoncer aux biscuits."



Le personnel et les clients ont des problèmes dans ce magasin à cause de la manière dont les produits sont exposés sur les étagères - l'ETALAGE DES PRODUITS.

Ils sont placés n'importe où sur les étagères. Cela pouvait encore aller au début, quand le magasin ne vendait qu'une petite variété d'articles, mais le commerce a augmenté depuis, et il y a maintenant un plus grand choix de produits à vendre; c'est là que les problèmes commencent.

Cependant, ETALAGER LES PRODUITS ne doit pas être un problème. Au contraire, un gérant de magasin qui connaît les techniques de l'étalage verra un avantage pour lui-même, pour son personnel et pour ses clients dans l'étalage des produits.

En utilisant ce fascicule d'instruction, vous pouvez apprendre les REGLES DE BASE DE L'ETALAGE DES PRODUITS, autrement dit comment :

- Exposer les produits de façon attrayante page 5
- Exposer les produits de façon pratique page 17
- Exposer les produits sans risque page 21

Ce fascicule concerne essentiellement les magasins de vente au comptoir, mais la plupart des règles qui y sont énoncées s'appliquent également aux magasins de libre-service.

## remarque!

Encore une chose avant que vous ne commenciez l'étude de ce fascicule.

Il n'y est pas fait mention de PROPETE. C'est parce que la PROPETE est un sujet si important qu'il doit être étudié séparément. En attendant, retenez-bien que ce que vous apprendrez sur l'étalage des produits ne sera d'aucune valeur si vous ne gardez pas à l'esprit l'importance fondamentale de la PROPETE.

# COMMENT EXPOSER LES PRODUITS DE FAÇON ATTRAYANTE



- Marie, avez-vous essayé ces fèves?
- Non, je ne les avais pas vues avant.
- Le prix est intéressant. Je vais en essayer une boîte.
- Et ces serviettes. Quelle bonne affaire!
- Ah oui, des allumettes, bon... J'ai presque oublié d'en acheter.
- Il y a beaucoup de produits ici, Marie. Le magasin a certainement plus d'allure maintenant.
- Oui, il est joli et bien rangé.

Marie et son amie sont maintenant très satisfaites de leur magasin. Il y a eu un changement - en mieux.

Leur dialogue reflète toute une série d'améliorations dans la présentation des produits et le magasin paraît maintenant très attrayant. Mais qu'est-ce que le gérant a donc fait? Vous remarquerez dans les pages suivantes qu'il a appliqué huit règles importantes concernant l'étalage attrayant des produits. Examinons-les une après l'autre.



Auparavant, tant Marie que les vendeurs avaient des difficultés à trouver les objets dans le magasin. C'était parce que les produits étaient placés sans ordre n'importe où.

Mais maintenant Marie n'a pas de problème pour trouver ce qu'elle cherche. Elle pense que le magasin est mieux rangé. Qu'est-ce que le gérant a donc fait?



### DISPOSITION DES ARTICLES PAR GROUPES

Le gérant a modifié l'arrangement des produits sur les étagères et les a exposés par groupes d'articles similaires ou connexes. Par exemple, le café, le thé et le cacao forment un groupe. Les céréales en constituent un autre. Les savonnettes, les dentifrices et les brosses à dents font encore l'objet d'un autre, et ainsi de suite.

Lorsque les produits sont ainsi disposés, le client peut facilement voir ce que comprend chaque groupe. Par exemple, si tous les biscuits sont exposés ensemble, Marie peut facilement choisir ceux qu'elle préfère. Et en achetant du savon elle remarquera les brosses à dents dont elle pourrait également avoir besoin.

Les vendeurs peuvent maintenant trouver les produits rapidement et facilement. Ils savent où chercher le café, le savon ou les brosses, parce que chaque type d'articles a sa propre place.



PREMIERE REGLE:

PLACEZ LES PRODUITS PAR GROUPES

Cette première règle affecte tout le système d'étalage du magasin. Par conséquent, vous devez vous appliquer à répartir les produits par groupes.

**?** Répartissez les produits suivants en trois groupes:

Riz, jus d'orange, lotion capillaire, lames de rasoir, farine de maïs, limonade, shampooing, vin, farine de blé, savon.

Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Comment appelleriez-vous les trois groupes?

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_

Voici une liste des principaux groupes de produits vendus dans les magasins:

- 1 Aliments frais
- 2 Céréales, graines et légumineuses
- 3 Pain et pâtisserie
- 4 Lait et produits laitiers
- 5 Produits alimentaires traités et conserves
- 6 Sel, sucre, épices
- 7 Confiserie
- 8 Boissons
- 9 Cigarettes et tabac
- 10 Articles de toilette et de nettoyage
- 11 Articles de quincaillerie
- 12 Vêtements et chaussures

La liste est générale et peut ne pas convenir parfaitement à votre magasin. Si vous ne vendez pas de vêtements, par exemple, vous devriez omettre ce groupe. Pour certains magasins, par contre, il pourrait être nécessaire d'établir une liste plus détaillée. Dans ce cas, les principaux groupes devraient être divisés en sous-groupes selon les besoins

particuliers de chaque magasin. Les aliments frais peuvent être divisés en trois sous-groupes: viande, poisson, fruits et légumes. Les boissons sont souvent réparties en: boissons chaudes (café, thé, cacao), jus de fruit et sirops, limonades, bières, vins et spiritueux.



Ecrivez ci-dessous une nouvelle liste des principaux groupes et sous-groupes de produits adaptée à votre magasin.



MARIE, AVEZ-VOUS  
ESSAYÉ CES  
HARICOTS ?



Non, Marie n'avait pas essayé ces haricots, simplement parce qu'elle ne les avait pas vus. Comment aurait-elle pu acheter quelque chose qu'elle ne connaissait pas?

### LA SURFACE DE VENTE

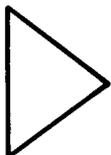
Il arrivait souvent au gérant d'oublier de retirer certains produits du dépôt et de les mettre dans la surface de vente.

En tant que client, achetez-vous les produits qui se trouvent dans le dépôt? Non. Si vous ne les voyez pas dans le magasin, vous y renoncez tout simplement.

Ainsi donc, si le gérant veut vendre certains produits encore faut-il qu'il les expose. L'endroit où ils doivent être exposés, c'est la surface de vente, et non le dépôt. Ce faisant, il économise du travail, car il n'est pas nécessaire de remplir les étagères aussi fréquemment.



Pourquoi le sucre devrait-il être exposé dans la surface de vente? (Après tout, chacun sait que le sucre est en vente dans le magasin). Ecrivez vos commentaires ci-dessous:



DEUXIEME REGLE:

GARDEZ LA PLUPART DES PRODUITS DANS LA SURFACE DE VENTE,  
ET NON DANS LE DEPOT.



Où suspendriez-vous un miroir?  
Près du plafond ou près du plancher?  
Très probablement, quelque part  
entre les deux, là où vous pourriez  
vous y regarder sans difficulté.  
Il en est de même pour la plupart  
des produits. Les clients n'aiment  
pas se mettre à genoux pour voir ce  
qu'il y a sur les étagères près du  
plancher et ils ont tendance à ne  
pas remarquer les produits exposés  
bien haut au-dessus de leurs têtes.



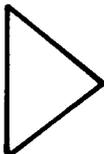
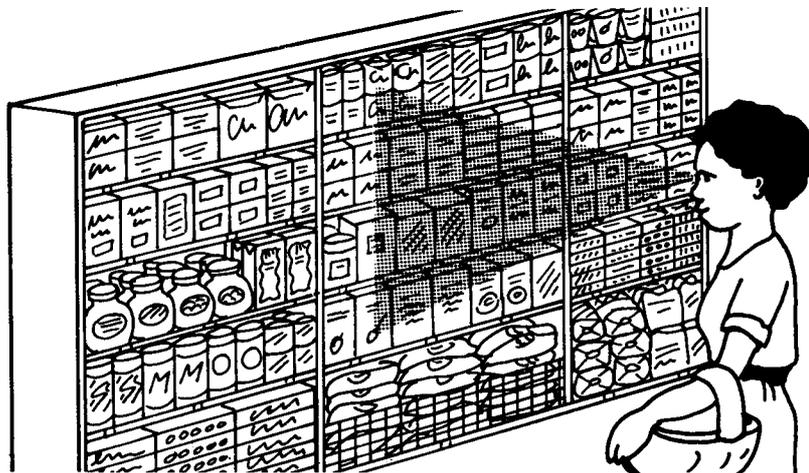
### AU NIVEAU DES YEUX

La plupart des produits devraient donc être exposés au niveau des yeux,  
là où les clients sont plus portés à les voir. Au besoin, les étagères  
situées au-dessous de ce niveau devraient être réservées aux articles de  
base ou à ceux qui sont bien connus et que les clients n'ont vraiment pas  
besoin de regarder avant d'acheter.



Voici une liste de produits. Soulignez les cinq produits  
qui devraient être placés au niveau des yeux.

Sucre, corned-beef, farine, riz, thé, crayons, pommes de  
terre, casseroles et savons.



TROISIEME REGLE:

PLACEZ LES PRODUITS AUTANT QUE POSSIBLE AU NIVEAU DES YEUX



Elle a cette impression à cause d'un autre changement. Auparavant, personne ne remplissait les étagères tant qu'elles n'étaient pas vides. Par exemple, on ne mettait pas de nouveaux biscuits sur les étagères avant que tous les précédents n'aient été vendus. Ainsi, plusieurs étagères étaient peu garnies et il y avait de nombreux espaces vides. Cela n'était pas très attirant.

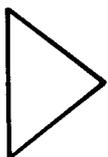
Les clients avaient l'impression que le magasin était mal approvisionné.

Les étagères sont bien plus attrayantes maintenant qu'elles sont remplies de produits. Et pourtant, le gérant n'achète pas plus de produits que d'habitude. Comment est-ce possible?



### REMP LISSEZ LES ETAGERES

- Tout d'abord, les commis ont apporté le plus de produits possible du dépôt à la surface de vente (règle 2).
- Ils ont décidé de ne pas utiliser les étagères les plus élevées auxquelles les clients ne portaient de toute façon que peu d'attention (règle 3). Cela leur a permis de remplir les autres étagères et de réaliser un bel étalage.
- A la fin de la journée, toutefois, certaines étagères étaient à nouveau vides et il n'y avait pas assez de produits dans le dépôt pour remplir tous les "trous". Que devaient-ils faire?
- Passer une plus grosse commande pouvait être une erreur. En effet, conserver un stock plus important qu'il ne faut peut coûter très cher.
- Eh bien, chaque matin les commis avançaient les produits sur le devant des étagères. L'étalage restait attrayant et on avait l'impression que les étagères étaient pleines....



QUATRIEME REGLE:

REMP LISSEZ LE DEVANT DES ETAGERES



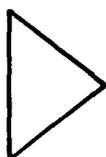
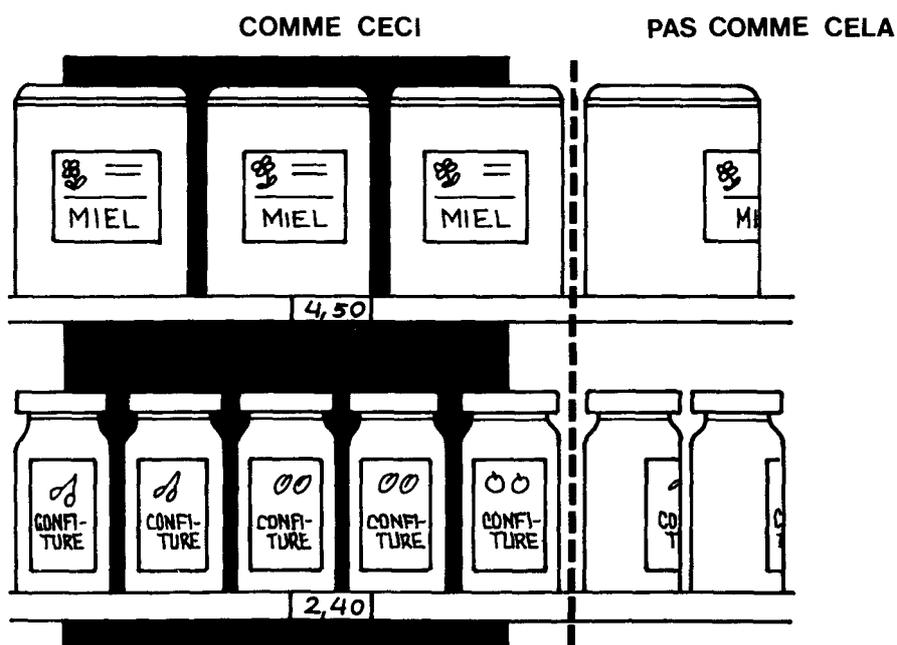
C'EST AGRÉABLE ET BIEN PRÉSENTÉ



Cette impression est probablement due au fait que le magasin applique aussi une autre règle en matière d'étalage des produits.

### LA "FACE" DES PAQUETS

Il s'agit d'une règle simple mais très importante: placez toujours les paquets et les boîtes de face par rapport aux clients. La "face" d'un paquet est normalement brillante et attirante et peut être facilement reconnue. Une telle présentation facilite les achats aux clients.



CINQUIEME REGLE:  
MONTREZ LES PAQUETS DE FACE



C'EST UN BON PRIX !

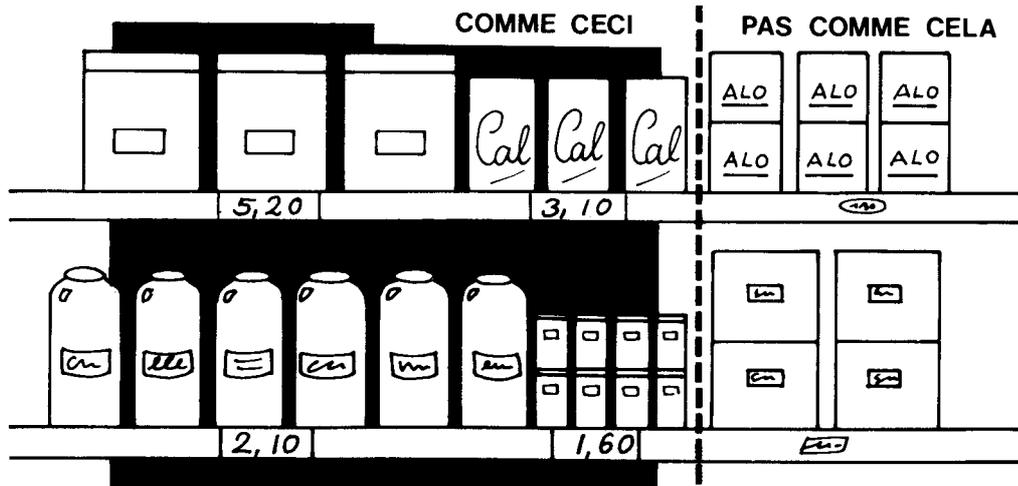


Pour la plupart des clients, il est essentiel de connaître les prix des produits qu'ils désirent acheter. Mais tous n'aiment pas les demander.

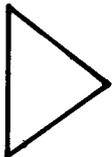
### AFFICHEZ LES PRIX

Ainsi, pour aider la clientèle, il faudrait afficher le prix de chaque article dans votre magasin.

Le prix peut être affiché sur le bord de l'étagère, en bas de chaque article. Les étiquettes indiquant les prix devraient être suffisamment grandes pour que les chiffres puissent être lus par les clients sans difficulté - de leur côté du comptoir.



! Comment pouvez-vous fixer les étiquettes sur le bord des étagères de façon qu'elles ne tombent pas et puissent être changées facilement. Indiquez vos suggestions ci-dessous:



SIXIEME REGLE:  
AFFICHEZ CLAIREMENT LES PRIX



Si ces petites boîtes d'allumettes avaient été exposées sur les étagères derrière le comptoir, il est peu probable que Marie les aurait remarquées. Mais comme elles étaient posées juste devant elle sur le comptoir, elle les a vues et s'est rappelé qu'elle devait en acheter.



### LES CLIENTS PRES DES PRODUITS

Il est important de laisser les clients s'approcher le plus près possible des produits afin de leur faciliter les achats.

Pour cela, vous devez placer le comptoir aussi près que possible des étagères, laissant juste assez d'espace pour que les vendeurs puissent travailler convenablement.

Malgré tout, il se pourrait que les clients aient quelques difficultés à bien voir les articles de petite dimension. Comment pourrait-on résoudre le problème? Une solution vous a déjà été indiquée: si le comptoir est suffisamment grand, vous pouvez y poser certains articles de petite dimension, de préférence dans des casiers sous verre ou dans des bocaux.



Quels petits articles vendez-vous dans votre magasin qui devraient être placés dans des casiers sous verre sur le comptoir? Donnez-en au moins cinq exemples.



Y a-t-il d'autres façons de laisser les clients s'approcher des produits? Etudiez le dessin et notez vos propositions.



SEPTIEME REGLE:

LAISSEZ LES CLIENTS S'APPROCHER DES PRODUITS



Imaginez que vous soyez en mesure d'offrir des serviettes aux clients à un prix très favorable,

... ou que vous ayez une certaine quantité de poisson en conserve qu'il faut vendre avant qu'il ne se détériore, et que vous décidiez pour cette raison d'en réduire le prix,

... ou encore que vous voudriez attirer l'attention des clients sur une nouvelle marque de sauce tomate.



D'une ou d'autre façon vous devez faire connaître ces articles à vos clients.

### PREPARER DES ETALAGES POUR LES VENTES-RECLAMES

Vous devriez alors préparer des étalages pour les ventes d'articles en réclame de telle sorte que les clients ne puissent manquer de les remarquer.

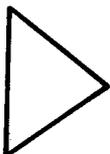
Selon la nature des marchandises que vous voulez offrir, vous pouvez les exposer sur le comptoir, sur une table devant le comptoir ou dans tout autre endroit approprié. Il est aussi nécessaire de poser une affiche pour informer les clients de l'offre spéciale. N'oubliez pas de placer aussi une annonce concernant l'offre à l'extérieur du magasin!

Ces efforts vont sans aucun doute attirer les clients. Ils trouveront le magasin plus intéressant et prendront plaisir à venir voir les articles en réclame.



HUITIEME REGLE:

PREPAREZ DES ETALAGES POUR LES VENTES-RECLAMES





Jusqu'ici nous avons discuté des règles qui visent à rendre l'étalage attrayant. Relisez-les toutes (elles sont au bas de chaque page).

Essayez de les apprendre par coeur. Vous les trouverez utiles dans votre travail quotidien.



Vous comprenez maintenant le sens et le but de chaque règle. Si vous exposez les produits conformément à ces règles, vous faciliterez les achats de vos clients/membres et ils achèteront encore plus de produits à la coopérative. Qu'en pensez-vous? Est-il juste envers les membres de la coopérative d'exposer les produits d'une manière attrayante? Est-ce conforme à la morale coopérative? Que se passerait-il si l'étalage des produits manquait d'attrait? Est-ce que les membres admettraient que leur magasin soit moins attrayant? Réfléchissez à ces questions et notez vos commentaires ci-dessous, en guise de préparation aux discussions ultérieures avec vos collègues.

# COMMENT EXPOSER LES PRODUITS DE FAÇON PRATIQUE?



"Je me sens si fatigué..."

Beaucoup de vendeurs se sentent fatigués en fin de journée.

Servir les clients toute la journée durant ne signifie pas seulement être poli et serviable envers chacun d'eux. Cela veut dire aussi être debout presque tout le temps, porter nombre de produits, monter et descendre.

Organisez votre magasin de manière à ne pas gaspiller d'énergie. Un bon étalage peut augmenter les ventes et rendre votre travail plus facile.



Pour commencer, réfléchissons aux questions suivantes. Chaque réponse devrait inclure le nom de trois produits au moins.

- Dans votre magasin, quels produits prennent le plus de temps à manipuler?
- Lesquels vous font le plus marcher?
- Quels produits sont les plus fatiguants ou les plus difficiles à manier?

Vous savez maintenant quels produits vous causent le plus de difficultés. La prochaine étape consiste à trouver ce qu'il faut en faire. Vous pourriez peut-être les exposer différemment pour rendre la tâche plus facile.

Généralement, cela est possible. Voici d'autres règles à apprendre sur l'étalage, qui peuvent contribuer à résoudre vos problèmes.



Le riz, le lait, le sucre et les produits similaires sont d'habitude les produits les plus vite vendus. Ils devraient, par conséquent, être placés de telle manière que les vendeurs puissent les atteindre facilement. Les vendeurs économiseront de l'énergie et les clients seront plus vite servis.

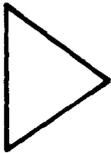
Mais vous devez pourtant garder les groupes de produits ensemble; le problème consiste donc à faire un choix des groupes qui se vendent le mieux et à les placer là où ils sont le plus facilement accessibles.



Ecrivez ci-dessous les trois groupes de produits qui sont le plus souvent demandés dans votre magasin.



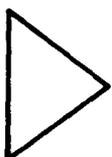
NEUVIEME REGLE:



PLACEZ LES GROUPES DE PRODUITS QUI SONT LE PLUS SOUVENT DEMANDES AUX ENDROITS FACILEMENT ACCESSIBLES



Que préférez-vous placer sur l'étagère la plus élevée: une caisse de bière ou un rouleau de papier hygiénique? La réponse à cette question conduit à une autre règle:



DIXIEME REGLE:

PLACEZ LES ARTICLES LOURDS PRES DU SOL



Vous avez déjà appris qu'il faudrait garder autant de produits que possible dans la surface de vente, et non dans le dépôt (règle 2). Si vous devez aller chercher les produits au dépôt trop souvent, le travail en sera forcément accru. Comment cela peut-il être évité?

● Tout d'abord, il faut laisser suffisamment de place sur les étagères pour chaque article, de préférence assez d'espace pour tout le contenu d'une caisse d'emballage (caisse, carton, boîte ou récipient utilisé par le fournisseur pour le transport des produits). Planifiez l'étalage de telle sorte que vous ayez une place sur l'étagère pour un peu plus que le contenu d'une caisse d'emballage. En effet, une partie de l'ancien stock se trouvera encore sur l'étagère lorsque vous la remplirez du contenu d'une nouvelle caisse.

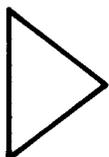
● Pour remplir l'étagère, transportez une caisse du dépôt à la surface de vente, inscrivez le prix sur chaque article et placez tous les articles sur l'étagère. Vous n'avez maintenant rien d'autre qu'un carton vide à remporter.

● De cette manière, le dépôt contiendra essentiellement des caisses d'emballages pleines et scellées; il pourra donc être tenu en ordre et contrôlé plus facilement.



● Certes, certaines caisses d'emballages contiennent plus d'articles que vous ne pourriez en placer sur une étagère dans la surface de vente. Cela signifie qu'il faudra alors en garder une partie dans le dépôt. Toutefois, tâchez de limiter ces cas à un très petit nombre d'articles.

● D'autre part, certains produits se vendent tellement vite qu'il sera nécessaire de faire assez de place sur les étagères pour pouvoir y placer davantage que le contenu d'une seule caisse.



ONZIEME REGLE:

UTILISEZ LE CONTENU ENTIER D'UNE CAISSE D'EMBALLAGE  
LORSQUE VOUS REMPLISSEZ UNE ETAGERE

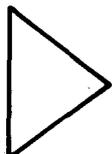


Le riz, la farine, le sel et les produits similaires sont souvent livrés au magasin dans de grands sacs. Vous pouvez, tout comme les clients, économiser beaucoup de temps si vous mettez leur contenu dans de petits sacs avant d' commencer la vente. Il arrive, cependant, que le pré-emballage ne soit pas possible, auquel cas les produits devront être pesés pour chaque client individuellement. Il est alors très important que vous placiez les sacs près de la balance.



DOUZIEME REGLE:

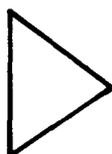
LES PRODUITS A PESER DEVRAIENT ETRE PLACES PRES DE LA BALANCE



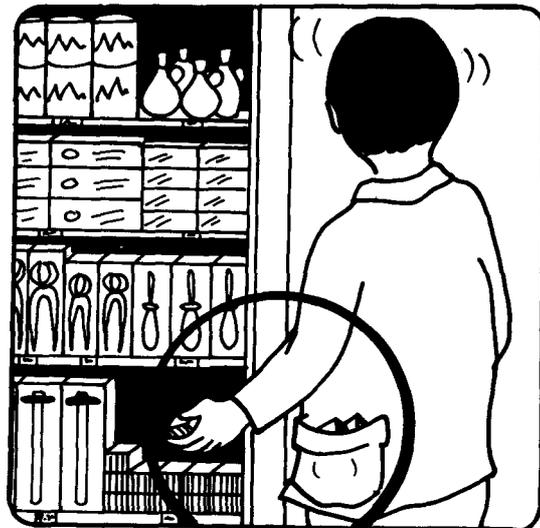
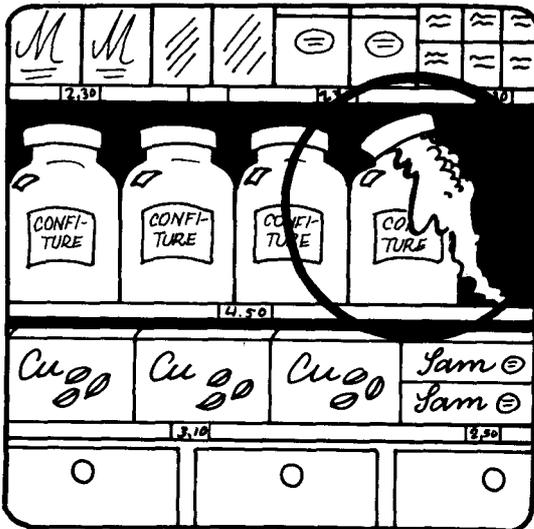
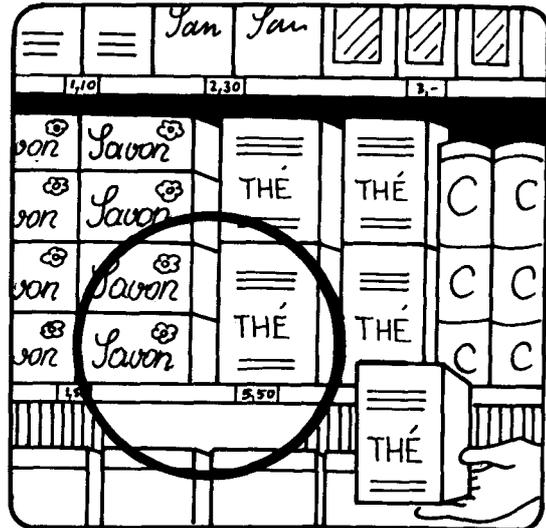
N'induisez pas en erreur les clients ni vous-même en plaçant le thé derrière le café. Vous pourriez ne pas trouver le thé lorsque vous le cherchez. Vous pourriez aussi croire qu'il reste beaucoup de café en stock, alors qu'en réalité il est presque épuisé.

TREIZIEME REGLE:

NE METTEZ PAS DES PRODUITS DIFFERENTS LES UNS DERRIERE LES AUTRES



# COMMENT EXPOSER LES PRODUITS SANS RISQUE ?



Les illustrations ci-dessus ont quelque chose de commun: elles montrent toutes que les produits n'ont pas été exposés sans risque.



Chaque dessin illustre l'un des quatre risques: La casse, l'odeur, la détérioration et le vol. Inscrivez ces mots comme titre des illustrations ci-dessus.

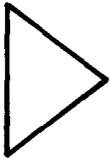
Les quatre risques peuvent être évités si vous exposez les produits convenablement. Examinons maintenant les quatre règles que vous devriez apprendre et appliquer, afin d'exposer les produits sans risque.



Certains produits, par exemple ceux qui sont mis en bouteilles, sont normalement perdus s'ils tombent par terre.

Évitez donc de placer ces articles et ceux qui sont fragiles en général là où l'on risque de les faire tomber.

- Ne les mettez pas près d'un angle où les gens passent souvent.
- Ne les posez pas trop haut là où vous devez vous mettre sur la pointe des pieds pour les atteindre.
- Ne les mettez pas sur le bord des étagères.



QUATORZIÈME RÈGLE:  
ATTENTION A LA CASSE

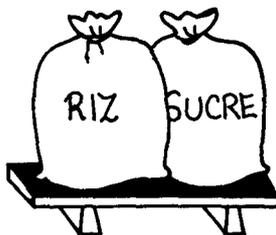


Si des articles à odeur forte sont placés près d'aliments tels que la margarine, la farine ou le thé, ces aliments seront affectés par l'odeur. Ils peuvent même prendre mauvais goût.

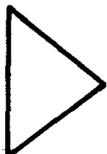
En conséquence, vous devez identifier les produits à odeur forte dans le magasin et vous assurer qu'ils ne sont pas placés près des aliments.



Le savon est un exemple de produit à odeur forte. Donnez-en d'autres exemples ci-dessous.



← PAS À CÔTÉ →



QUINZIÈME RÈGLE:  
ÉLOIGNEZ LES PRODUITS A ODEUR FORTE DES ALIMENTS



Les aliments frais pourrissent, les boîtes de conserves rouillent et commencent à couler, les piles se déchargent, caoutchouc craque et les couleurs ternissent. Voilà ce qui arrive lorsque les produits sont gardés trop longtemps dans le magasin. Une exposition mal faite peut en être la cause. Par exemple si des piles des lampes de poche sont laissées trop longtemps sur l'étagère, alors que les plus neuves sont vendues, elles se déchargeront et commenceront à couler. Le client s'en plaindra. Ce genre de choses ne devrait pas arriver. Ecoulez l'ancien stock avant de commencer à vendre le nouveau. Voyons maintenant comment l'étalage peut vous y aider.

● Ali vend du lait dans son magasin. Il doit veiller à ce qu'aucune boîte de lait ne soit conservée trop longtemps dans le magasin, sinon le lait se gâtera et les clients s'en plaindront. Voici comment il prépare l'étalage des boîtes afin d'éviter ce risque:

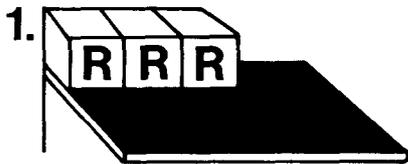
● Chaque matin il reçoit une grande quantité de lait.

● Mais il n'aime pas que son magasin soit dépourvu de lait. Aussi, lorsqu'il reçoit une nouvelle livraison de la laiterie, il lui reste normalement quelques boîtes de la veille.

● Que fait-il de ces boîtes? Si les clients pouvaient choisir, ils prendraient les nouvelles boîtes fraîches et laisseraient les autres. Celles-là ne se vendraient jamais.

● Mais les boîtes de la veille sont encore bonnes et ce serait du gaspillage de les jeter. Cependant, elles doivent être vendues de suite, avant qu'il ne soit trop tard.

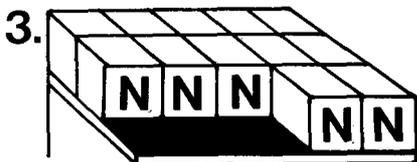
● Ainsi, Ali place-t-il les boîtes restant de la veille devant les nouvelles, en s'assurant que celles qu'il a reçues en premier sont aussi vendues les premières.



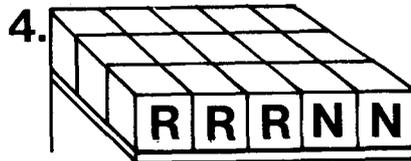
Certaines boîtes restent



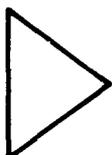
Videz et nettoyez l'étagère



Placez les nouvelles boîtes



Les boîtes de la veille sont placées devant



SEIZIEME REGLE:

PREMIER ENTRE - PREMIER SORTI



Les gens malhonnêtes trouvent parfois qu'il est facile de voler des produits dans les magasins. Nous appelons cela du "vol à l'étalage". C'est essentiellement un problème des magasins de libre-service, mais vous ne devriez pas le sous-estimer dans les magasins de vente au comptoir.

Si vous en tenez compte quand vous organisez l'étalage, vous pouvez être en mesure de réduire ou même d'empêcher le vol à l'étalage. Examinons le problème.

Réfléchissez d'abord aux produits qui sont les plus susceptibles d'être volés. Ce sont:

- Les petits objets faciles à cacher dans les vêtements.
- Les objets chers que les gens voudraient posséder mais qu'ils ne peuvent se payer.
- Les objets qui s'écoulent rapidement.

Pensez ensuite aux endroits de votre magasin où le vol est facile. Par exemple:

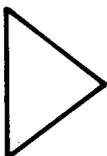
- Les endroits qui ne peuvent pas être facilement surveillés par le personnel.
- Les endroits d'où un voleur peut s'enfuir rapidement.



Identifiez certains endroits de votre magasin où un voleur peut opérer facilement. Décrivez-les ici.



Que pensez-vous de ce qui suit: Le gérant d'un magasin a acheté quelques postes de radio à transistors. Il craignait tellement qu'ils soient endommagés ou volés qu'il les a enfermés dans le dépôt. Cependant, il a fait poser un écriteau sur le comptoir portant la mention "Radios en stock". Comparez ce procédé avec la règle numéro deux et écrivez vos commentaires ci-dessous.



DIX-SEPTIEME REGLE:

N'EXPOSEZ PAS LES ARTICLES QUI ATTIRENT LES VOLEURS LA OU ILS PEUVENT ETRE FACILEMENT VOLES

## L'ETALAGE DES DENREES PERISSABLES

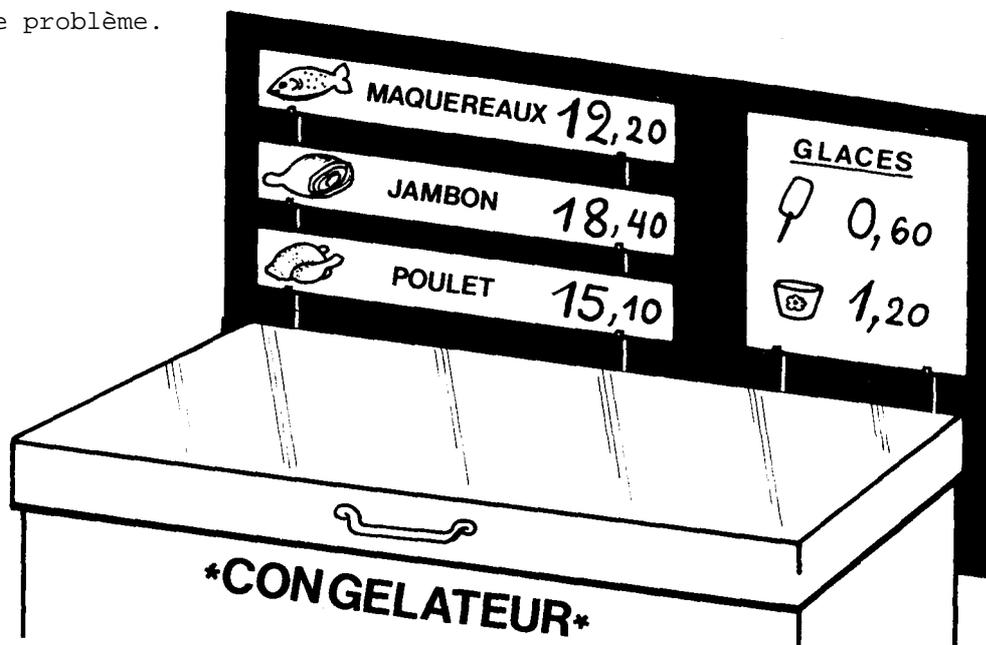
- Si vous vendez de la viande ou du poisson frais, vous devez les conserver dans un réfrigérateur à une température juste au-dessus du point de congélation (0° C). Sinon ils ne tarderont pas à sentir mauvais.
- D'autres denrées périssables telles que le lait, les oeufs, les légumes et l'huile resteront fraîches plus longtemps dans un réfrigérateur. Pour ce genre de produits, la température peut être gardée juste au-dessous de +10° C.
- Les marchandises congelées doivent être conservées dans un congélateur à une température d'environ -20° C.

Même lorsque les produits sont conservés séparément dans un réfrigérateur ou un congélateur, les règles relatives à l'étalage devraient, autant que possible, continuer à être appliquées. Le réfrigérateur ou le congélateur devrait être considéré comme un "mini-magasin" et la disposition des produits qu'il renferme effectuée en conséquence.

Il est particulièrement important d'observer la règle "premier entré - premier sorti" en matière de denrées périssables. D'autre part, il ne faudrait pas croire que les aliments congelés puissent être conservés éternellement. Ils ne le peuvent pas.

Certains congélateurs sont fermés avec un couvercle. Les clients ne peuvent pas voir ce qu'ils contiennent. Là encore un problème de présentation se pose.

Examinez le dessin ci-dessous. Vous pourriez avoir quelques idées pour résoudre le problème.



L'ÉTALAGE DES PRODUITS - Résumé

De nombreuses règles doivent être appliquées lorsqu'il s'agit d'exposer des produits dans un magasin. Vous avez maintenant appris les principales.

Écrivez les dix-sept règles dans la partie ci-dessous, afin de les réunir dans une seule liste. Tâchez de vous les rappeler. Ce sera plus facile si vous les divisez en trois groupes: règles pour un étalage attrayant, règles pour un étalage pratique et règles pour un étalage sans risque.

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_
- 6 \_\_\_\_\_
- 7 \_\_\_\_\_
- 8 \_\_\_\_\_
- 9 \_\_\_\_\_
- 10 \_\_\_\_\_
- 11 \_\_\_\_\_
- 12 \_\_\_\_\_
- 13 \_\_\_\_\_
- 14 \_\_\_\_\_
- 15 \_\_\_\_\_
- 16 \_\_\_\_\_
- 17 \_\_\_\_\_

Vérifiez si certaines de ces règles ne sont pas effectivement appliquées dans votre magasin. Dans l'affirmative, marquez-les d'un X sur la liste.

## COMMENT FAIRE UN NOUVEL ETALAGE ?

Vous conviendrez sûrement que certaines de ces règles sont faciles à appliquer une fois qu'on les connaît. C'est le cas, par exemple, de la règle "premier entré - premier sorti". L'application de certaines autres, par contre, peut prendre plus de temps car elles impliquent des changements importants dans votre étalage. C'est le cas, par exemple, de la règle 1 (placer les produits par groupes), de la règle 3 (placer les produits au niveau des yeux), de la règle 11 (utiliser chaque fois le contenu entier d'une caisse d'emballage) ainsi que des règles 14 à 17 (exposer les produits sans risque).

Si ces règles ne sont pas encore appliquées dans votre magasin, il serait préférable de commencer par le commencement en faisant un étalage entièrement nouveau. Sinon, vous pourriez être obligé d'effectuer une longue série de changements qui ne feront qu'embrouiller les clients et le personnel du magasin.

C'est pourquoi nous proposons un PLAN DE TRAVAIL dont vous pourriez vous inspirer lorsqu'il s'agira de réaliser un étalage entièrement nouveau dans le magasin. Passez aux pages suivantes.

PLAN DE TRAVAIL POUR UN NOUVEL ETALAGE

1 GROUPEZ LES PRODUITS

- Préparez une liste de tous les produits dont la vente est courante dans votre magasin.
- Répartissez les articles en groupes (règle 1). Utilisez la liste de la page 7 ou bien établissez votre propre liste.
- Toutes les fois que vous remarquez qu'un groupe devient plus important que les autres, divisez-le en sous-groupes.

2 PLANIFIEZ VOTRE ETALAGE

- Dessinez des croquis de la surface en étagères dans le magasin (un croquis pour chaque mur avec ses étagères).
- Évaluez la surface nécessaire pour chaque groupe de produits.
- En gardant à l'esprit les règles 2, 3, 7, 9, 10, 12 et 15, marquez sur les croquis l'endroit où chaque groupe devrait être placé.

Voici quelques exemples:

FRUITS + LEGUMES EN CONSERVES	POTAGES	ALIMENTS POUR BEBES	CEREALES POUR LE PETIT DEJEUNER
VIANDE + POISSON EN CONSERVES	EPICES	LAIT EN POUDRE ET EN BOITE	BISCUITS
	EPICES		
MATIERES GRASSES ET HUILES	VINS ET SPIRITUEUX, JUS	CAFE, THE CACAO	PAIN
HUILES DE CUISINE	SUCRE	GRAINS ET LENTILLES	

ETAGERES DERRIERE LE COMPTOIR

DANS DES RECIPIENTS AU COMPTOIR:

RIZ  
FARINE DE MAIS  
SUCRE

SUR LE SOL:

BIERE, BOISSONS SANS ALCOOL  
PETROLE

DANS DES CASIERS SOUS VERRE SUR LE COMPTOIR

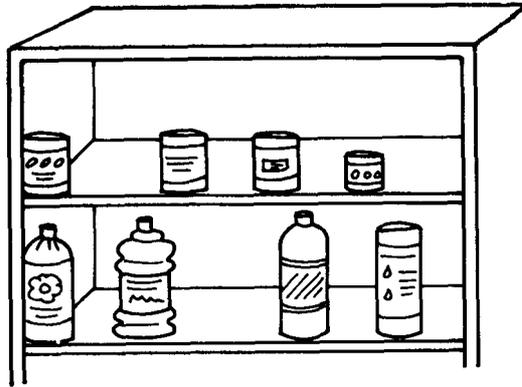
CIGARETTES, ALLUMETTES  
PRODUITS DE TOILETTE  
CONFISERIE  
PAPETERIE  
QUINCAILLERIE

VETEMENTS	ARTICLES EN PAPIER
VETEMENTS	PRODUITS DE TOILETTE
	PRODUITS DE TOILETTE
ARTICLES DE MENAGE	PRODUITS DE NETTOYAGE + INSECTICIDES
OUTILS DE FERME	DETERGENTS

ETAGERES LATERALES

### 3 FAITES UN ETALAGE D'ESSAI

- Videz et nettoyez toutes les étagères d'une section du magasin.
- Placez un exemplaire de chaque article sur l'étagère que vous lui avez assigné. Gardez assez d'espace pour le contenu entier d'une caisse d'emballage (règle 11).



Voici à quoi peut ressembler un étalage d'essai dans une section de votre magasin.

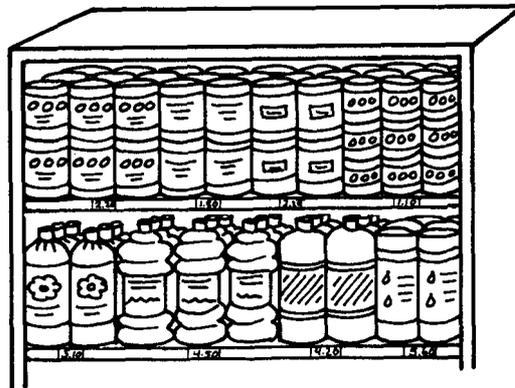
### 4 VERIFIEZ QUE L'ETALAGE EST SANS RISQUE

Effectuez des changements si c'est nécessaire (règles 14, 15 et 17).

### 5 COMPLETEZ L'ETALAGE

- Remplissez les étagères (règles 5 et 13).
- Inscrivez le prix (règle 6).

Vous pouvez voir ci-contre la même section avec un étalage complété.



REPETEZ LES OPERATIONS 3 A 5 DANS TOUTES LES AUTRES SECTIONS DU MAGASIN

### 6 PREPAREZ DES ETALAGES SPECIAUX

Voir règle 8.

### 7 VERIFIEZ

- Essayez de voir le magasin comme le ferait un client. Quelle est l'impression d'ensemble donnée par l'étalage? Effectuez tous les changements nécessaires (règles 1 à 8). Vous êtes maintenant prêt à accueillir les clients.

### 8 ENTRETENEZ VOTRE ETALAGE ET VEILLEZ A CE QU'IL SOIT AGREABLE A VOIR

- Remplissez et nettoyez les étagères chaque jour (règles 4, 13 et 16).

# TEST DE CONTROLE

Afin de vous assurer que vous avez bien compris ce fascicule, vous devriez examiner maintenant les questions suivantes. Cochez celle que vous croyez être la bonne réponse à chacune des questions. La réponse à la première question est donnée à titre d'exemple. Si vous hésitez au sujet d'une question en particulier, relisez le chapitre correspondant. Votre formateur vérifiera vos réponses ultérieurement.



- 1 Pourquoi les produits devraient-ils être placés par groupes?
  - a Afin de faciliter la recherche d'un produit
  - b Afin d'éviter d'endommager les produits
  - c Afin de faciliter le remplissage des étagères
  
- 2 Quel est le meilleur endroit pour placer les produits sur lesquels vous voulez attirer l'attention des clients?
  - a Sur les étagères les plus élevées
  - b Sur les étagères du milieu
  - c Sur les étagères les plus basses
  
- 3 Pour qui doit-on réaliser un bon étalage?
  - a Pour les clients seulement
  - b Pour le personnel seulement
  - c Pour le personnel et les clients
  
- 4 Où devriez-vous placer les produits qui sont le plus souvent vendus?
  - a Sur les étagères du bas
  - b Sous le comptoir
  - c Là où ils sont d'accès facile pour les vendeurs
  
- 5 Comment devrait-on placer les produits sur les étagères?
  - a Vers le fond des étagères afin de les exposer sans risque
  - b Vers le bord à l'avant des étagères
  - c Vers le milieu de chaque section
  
- 6 Que signifie la règle "premier entré - premier sorti"?
  - a Que le vendeur employé en premier doit partir le premier
  - b Que les produits reçus en premier doivent être vendus en premier
  - c Que le client entré le premier doit sortir le premier
  
- 7 Pour donner l'impression que le magasin dispose de beaucoup de produits, vous devriez:
  - a Entasser bien haut les produits
  - b Commander beaucoup de produits au grossiste
  - c Exposer les produits de sorte que les étagères paraissent pleines

- 8 Où les articles fragiles ne devraient-ils pas être placés?
- a Dans le dépôt
  - b Au niveau des yeux
  - c Près des angles, au bord des étagères, tout en haut
- 9 Si vous avez à utiliser les étagères du bas, elles devraient servir pour:
- a Les articles bien connus
  - b Les articles de qualité inférieure
  - c Les articles à prix élevé
- 10 Lequel des groupes d'articles suivants appartient au même groupe?
- a Shorts, chaussettes, mouchoirs, lunettes de soleil
  - b Miroirs, peignes, colliers, lunettes de soleil
  - c Verres, vases, bols en verre, lunettes de soleil
- 11 Lorsque vous remplissez une étagère vide, vous devriez essayer d'utiliser le contenu entier d'une caisse d'emballage. Pourquoi?
- a Parce que les gens demandent toujours des cartons vides
  - b Parce qu'il est plus facile de porter un carton que quelques petits articles
  - c Parce que vous économisez du temps et de l'effort et pouvez garder le dépôt bien rangé
- 12 Comment devrait-on exposer les bouteilles de sirop pour la toux?
- a Sur les étagères du bas
  - b Debout, avec l'étiquette face aux clients
  - c Couchées de manière à utiliser convenablement l'espace
- 13 Où devrait-on exposer le poivre noir?
- a Avec les oignons et les concombres
  - b Avec le sel et la sauce de soja
  - c Avec les haricots et les pois
- 14 Le pétrole peut donner une mauvaise odeur au riz et le gâter. Cela peut être évité seulement si:
- a Le pétrole est gardé dans des bidons en fer blanc
  - b Les sacs de riz sont conservés fermés
  - c Le pétrole est gardé loin du riz
- 15 A quels produits s'applique la règle "premier entré - premier sorti"?
- a Aux légumes seulement
  - b Aux conserves alimentaires et aux légumes seulement
  - c A tous les articles du magasin

# EXERCICES COMPLEMENTAIRES

Afin de compléter vos études sur ce sujet, vous devriez participer à certains des exercices suivants qui seront organisés par votre formateur.



## Travaux pratiques de groupe :

### 1 Travail dans un magasin de vente au comptoir

- a) Etudiez l'étalage des produits d'un magasin de vente au comptoir de dimension moyenne. Comparez avec toutes les règles d'étalage énoncées dans ce fascicule. Rédigez un rapport critique sur l'exposition.
- b) Préparez une liste de tous les articles vendus dans le magasin. Divisez-les en groupes appropriés. Voir l'étape 1 du plan de travail de la page 28.
- c) Planifiez un étalage pour l'ensemble du magasin. Voir l'étape 2 du plan de travail de la page 28.
- d) Exposez les produits dans une section du magasin conformément à votre nouveau plan. Voir les étapes 3 à 5 du plan de travail de la page 29.

### 2 Affichage des prix

Prenez quelques morceaux de bois, comme ceux utilisés pour les étagères dans les magasins. Préparez quelques étiquettes de différents types, et fixez-les sur ces "étagères" de différentes façons. Discutez des avantages et des inconvénients de ces divers matériels et techniques. Communiquez vos conclusions à vos collègues stagiaires.

### 3 Liste de contrôle

Préparez une "liste de contrôle de l'étalage" à l'intention de la personne chargée de l'étalage dans un magasin de vente au comptoir de dimension moyenne. Notez point par point ce qu'elle devrait faire chaque jour afin de vérifier l'étalage et d'assurer son maintien en bon ordre.

## Discussions de groupe :

### 4 Quelques problèmes d'étalage

A la page 8 de ce fascicule vous avez établi une liste de plusieurs groupes de produits. Comparez vos propositions avec celles des autres membres du groupe. Discutez la question de façon plus approfondie et communiquez vos conclusions aux autres groupes.

### 5 Un étalage attrayant

Vous avez rédigé des commentaires aux questions figurant à la page 16: "Est-il juste envers les membres d'exposer les produits de manière attrayante?" etc. Comparez vos notes avec celles des autres membres du groupe; discutez les différents points et préparez un rapport de groupe.