

# Fiche de Synthèse : Bloc 2 - Mise en Valeur et Approvisionnement

---

Le Bloc 2 du CAP EPC se concentre sur la présentation des produits et la gestion du linéaire pour optimiser les ventes et l'expérience client.

## 1. Les Fondamentaux du Merchandising

---

Le merchandising est l'ensemble des techniques visant à optimiser la présentation des produits dans le point de vente pour augmenter les ventes. C'est l'art de faire parler le produit.

### Les 5 R du Merchandising (ou 5 B)

- 1. Le Bon Produit** (Assortiment) : Proposer la gamme de produits attendue par la clientèle.
- 2. Au Bon Endroit** (Localisation) : Placer le rayon et le produit à l'endroit le plus stratégique du magasin.
- 3. Au Bon Moment** (Saisonnalité) : Proposer le produit au moment où le client en a besoin (ex: parasols en été).
- 4. Au Bon Prix** (Tarification) : Afficher un prix juste et visible.
- 5. Avec la Bonne Information/Quantité** (Présentation) : Assurer un facing suffisant et une information claire (étiquettes, PLV).

## 2. L'Implantation des Produits

---

L'implantation est la manière dont les produits sont disposés sur le linéaire (étagères).

## A. Les Niveaux de Présentation

Niveau	Hauteur (approximative)	Impact sur la Vente
Niveau Chapeau	Au-dessus de 1,70 m	Faible. Produits de faible rotation ou gros conditionnements.
Niveau Yeux	Entre 1,20 m et 1,70 m	<b>Fort.</b> Le plus visible. Produits à forte marge ou marques nationales.
Niveau Mains	Entre 0,80 m et 1,20 m	Moyen. Produits d'achat courant, marques de distributeur (MDD).
Niveau Sol	En dessous de 0,80 m	Faible. Produits lourds, volumineux ou de premier prix.

## B. Les Techniques d'Implantation

- **Implantation Verticale** : Les produits d'une même marque ou d'une même famille sont disposés sur plusieurs niveaux. **Avantage** : Facilite la lecture du rayon par le client.
- **Implantation Horizontale** : Les produits d'une même marque ou d'une même famille sont disposés sur un seul niveau. **Avantage** : Permet de donner plus de place aux produits à forte rotation.

## 3. L'Approvisionnement du Linéaire

L'approvisionnement régulier du rayon est essentiel pour éviter les ruptures de stock et maintenir une bonne image du magasin.

### A. Le Cadencier

Le cadencier est un outil de gestion qui permet de déterminer la quantité de produits à commander et la fréquence de commande.

$$\text{Quantité à commander} = (\text{Ventes moyennes journalières} \times \text{Délai de livraison}) + \text{Stock}$$

## B. Le Facing

Le facing est le nombre d'unités d'un même produit présentées de face sur le linéaire.

- **Objectif :** Assurer une visibilité maximale et éviter l'effet de “trou” dans le rayon.
  - **Règle :** Le facing doit être proportionnel à la rotation du produit (plus un produit se vend, plus il doit avoir de facing).
- 

*Rédigé par Manus AI pour la préparation du CAP EPC.*