

# Analyse des sous-catégories avec faible marge et profit négatif

---

**Objectif:** Cette analyse vise à identifier les sous-catégories présentant un profit négatif, une marge faible et un discount trop élevé afin de proposer des actions correctives.

## Analyse des sous-catégories – 2014

- Les **binders** ont enregistré une **marge négative** de **-23,45%** en moyenne avec un **discount moyen** de 37%, ce qui réduit la rentabilité, mais leur **profit** reste **positif**.
- Les **machines** ont présenté une **marge négative** de **-4%** avec un **discount moyen** de 32,6%, tout en conservant un **profit positif**.
- Les **tables** ont subi une **marge négative** de **-15%** avec un **discount moyen** de 26% et un **profit total** de **-3 124 €**, indiquant **un résultat négatif**.
- Les **bookcases** ont eu une **marge négative** de **-10%** avec un **discount moyen** de 20% et un **profit total** de **-346,17 €**, également en **perte**.

⇒ **Conclusion :**

Seules les sous-catégories **tables** et **bookcases** présentent un **profit négatif**, tandis que les autres sous-catégories avec marge négative restent bénéficiaires. Pour améliorer la rentabilité, il est conseillé de réévaluer les discounts et surveiller de près les marges sur ces produits.



## Analyse des sous-catégories – 2015

En 2015 :

- Les **binders** ont enregistré une **marge négative** de **-22,45%** avec un **discount moyen** de 38%, réduisant la rentabilité, mais leur **profit reste positif**.
- Les **machines** ont présenté une **marge négative** de **0,4%** avec un **discount moyen** de 27%, tout en conservant **un profit positif**.
- Les **tables** ont subi une **marge négative** de **-10,7%** avec un **discount moyen** de 23,7% et un **profit total** de **-3509,8 €**, indiquant un **résultat négatif**.
- Les **bookcases** ont eu une **marge négative** de **-16%** avec un **discount moyen** de 22,8% et un **profit total** de **-2755€**, également en **perte**.

### ⇒ Conclusion

Seules les sous-catégories **tables** et **bookcases** présentent un **profit négatif**, tandis que les autres sous-catégories avec **marge négative** restent bénéficiaires. Il est conseillé de réévaluer les discounts et surveiller les marges sur ces produits pour améliorer la rentabilité.



## Analyse comparative des sous-catégories – 2014 à 2016

Entre 2014 et 2016, les sous-catégories présentent des comportements différents en termes de marge et de profit :

- **Binders** : La marge est **restée négative** sur les trois années (2014 : -23,45 %, 2015 : -22,45 %, 2016 : -13,67%), avec des discounts **élevés** (37–38 %). Malgré cela, le profit est resté **positif**, indiquant une rentabilité relative malgré la pression des discounts.
- **Machines** : La marge a été **légèrement négative ou proche de zéro** (2014 : -4 %, 2015 : -0,4 %, 2016 : -16%) avec des **discounts modérés** (27–32,6 %). **Le profit** est resté **positif** chaque année, montrant une **amélioration progressive de la rentabilité**.
- **Tables** : Cette sous-catégorie a été **constamment en perte** sur ces trois années (2014 : -3 124 €, 2015 : -3 509,8 €, 2016 : -2950 ,9 €), malgré des **marges négatives** plus faibles en 2016. Les discounts restent élevés (2014 : 26 %, 2015 : 23,7 %, 2016 : 26,8 %), ce qui **affecte fortement la rentabilité**.
- **Bookcases** : Les pertes étaient présentes en 2014 et 2015 (2014 : -346,17 €, 2015 : -2 755 €), mais en 2016 le **profit est redevenu positif**, malgré une marge toujours **légèrement négative**.

### ⇒ Conclusion:

- Les **tables** restent la sous-catégorie la plus problématique sur la période, avec des **profits négatifs persistants**.
- Les **binders** et les **machines** ont une **marge négative** mais restent **rentables**, grâce à **un profit positif**.
- Les **bookcases** montrent une amélioration en 2016, ce qui pourrait indiquer que la **stratégie de discount a été mieux maîtrisée**.



## Analyse comparative des sous-catégories – 2014 à 2017

Entre 2014 et 2017, les sous-catégories présentent des comportements différents en termes de **marge**, **profit** et **discount** :

- **Binders** : La marge est **restée négative** sur les trois premières années (2014 : -23,45 %, 2015 : -22,45 %, 2016 : -13,6 %), avec des discounts **élevés** (37–38 %), mais le **profit est resté positif**. En 2017, la rentabilité se maintient, indiquant que cette sous-catégorie, malgré **une marge faible**, **reste bénéfique**.
- **Machines** : La marge a **été légèrement négative ou proche de zéro** jusqu'en 2016 (2014 : -4 %, 2015 : -0,4 %, 2016 : -16 %), avec des discounts modérés (27–32,6 %). **Le profit était positif** sur les trois premières années, mais en 2017, le profit devient **négatif**, signalant un **besoin de réévaluation de la stratégie de vente et de discount**.
- **Tables** : Cette sous-catégorie a été **constamment en perte** sur les quatre années (2014 : -3 124 €, 2015 : -3 509,8 €, 2016 : -2951 €, 2017 : -8140,7 €), malgré une marge parfois **moins négative** en 2016. Les discounts restent **élevés**, ce qui affecte fortement la rentabilité.
- **Bookcases** : Les pertes étaient présentes en 2014 et 2015 (2014 : -346,17 €, 2015 : -2 755 €). En 2016, le profit **est redevenu positif**, mais en 2017, il repasse **négatif**, avec une marge encore **légèrement négative**, indiquant une **instabilité de rentabilité**.

## Conclusion générale :

- Les **tables** restent la sous-catégorie **la plus problématique** sur toute la période, avec des profits négatifs persistants.
- Les **machines** et **bookcases** ont montré **des fluctuations importantes**, nécessitant **une révision de la politique de discounts et de prix**.
- Les **binders** continuent de générer **un profit positif** malgré **une marge faible**, ce qui est encourageant pour la gestion de cette sous-catégorie.



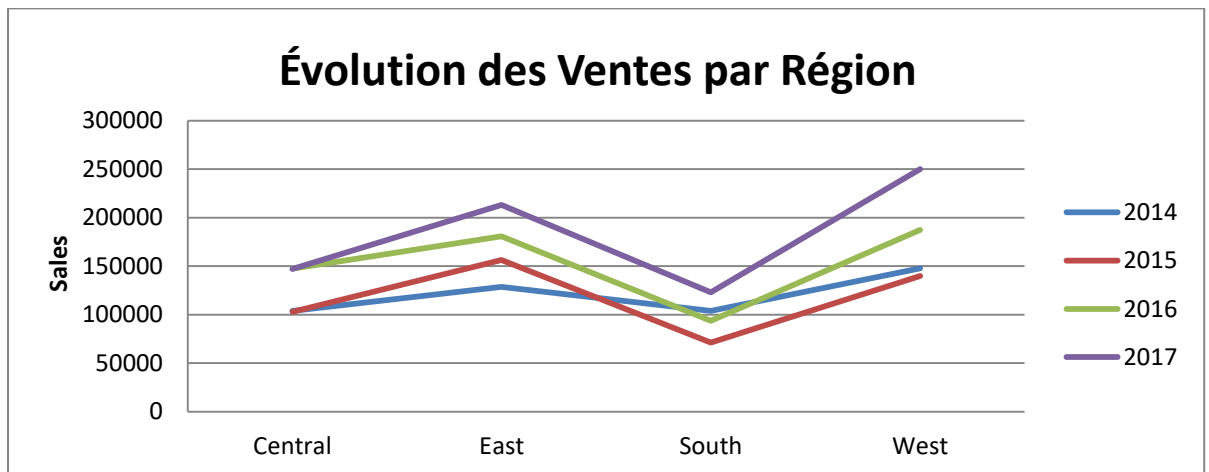
# Analyse de la Tendance des Ventes par Région (2014-2017)

*Basée sur la Somme des Sales*

**Objectif:** L'objectif est d'étudier l'évolution des ventes dans les quatre régions (East, West, Central, South) entre 2014 et 2017 afin :

- d'identifier les régions les plus performantes,
- de détecter celles en difficulté,
- de comprendre les variations annuelles,
- et de proposer des pistes d'amélioration pour optimiser la stratégie commerciale.

## 1. Performance globale par région :



- **East** : **progression constante** et forte chaque année (+65 % entre 2014 et 2017), ce qui en fait la région **la plus dynamique et performante** sur la période.
- **West** : malgré une **légère baisse** en 2015, la région connaît **une croissance marquée** sur 2016-2017 (+69 % entre 2014 et 2017), indiquant une **forte reprise et potentiel de marché élevé**.
- **Central** : ventes relativement **stables** avec **un léger pic** en 2016, puis **stagnation** en 2017. La croissance est **modérée**, ce qui peut indiquer un marché saturé ou une faible expansion.
- **South** : **baisse notable** en 2015 (-31 % par rapport à 2014) suivie d'une **reprise progressive** en 2016 et 2017. Cette région **montre des signes de vulnérabilité**, bien qu'elle se rétablisse lentement.



## 2. Analyse de l'évolution annuelle des ventes par région (2014–2017)

Étiquette ▾	2014	2015	2016	2017
Central		-1%	43%	0%
East		21%	16%	18%
South		-31%	31%	31%
West		-5%	34%	33%

L'examen des taux de croissance annuels révèle des dynamiques très différentes entre les quatre régions :

- **Central** : après **une légère baisse** en 2015 (-1 %), la région connaît **une forte croissance** en 2016 (+43 %), puis une stabilisation en 2017 (0 %). Cela montre un marché **globalement stable mais ponctuellement dynamique**, probablement lié à des événements ponctuels ou promotions spécifiques.
- **East** : la **croissance** est **régulière et soutenue** chaque année (+21 % → +16 % → +18 %), confirmant cette région comme **leader de la croissance**. L'évolution stable indique un marché dynamique et en expansion constante.
- **South** : cette région présente une **forte volatilité**, avec **une chute importante** en 2015 (-31 %) suivie **de reprises importantes** en 2016 et 2017 (+31 % chaque année). Cette instabilité souligne une région **fragile, sensible** aux variations du marché et nécessitant des mesures correctives pour consolider les ventes.
- **West** : après un **léger recul** en 2015 (-5 %), la région montre **une croissance très soutenue** en 2016 et 2017 (+34 %, +33 %). Cette **progression rapide** indique que West est une **région à fort potentiel**, avec un marché réactif et en forte expansion.

### Conclusion générale :

- Les régions **les plus performantes** sur la période sont **East et West**, avec des **taux de croissance soutenus et réguliers**.
- **Central** reste **stable** mais ponctuellement dynamique, nécessitant une stratégie ciblée pour stimuler la croissance future.



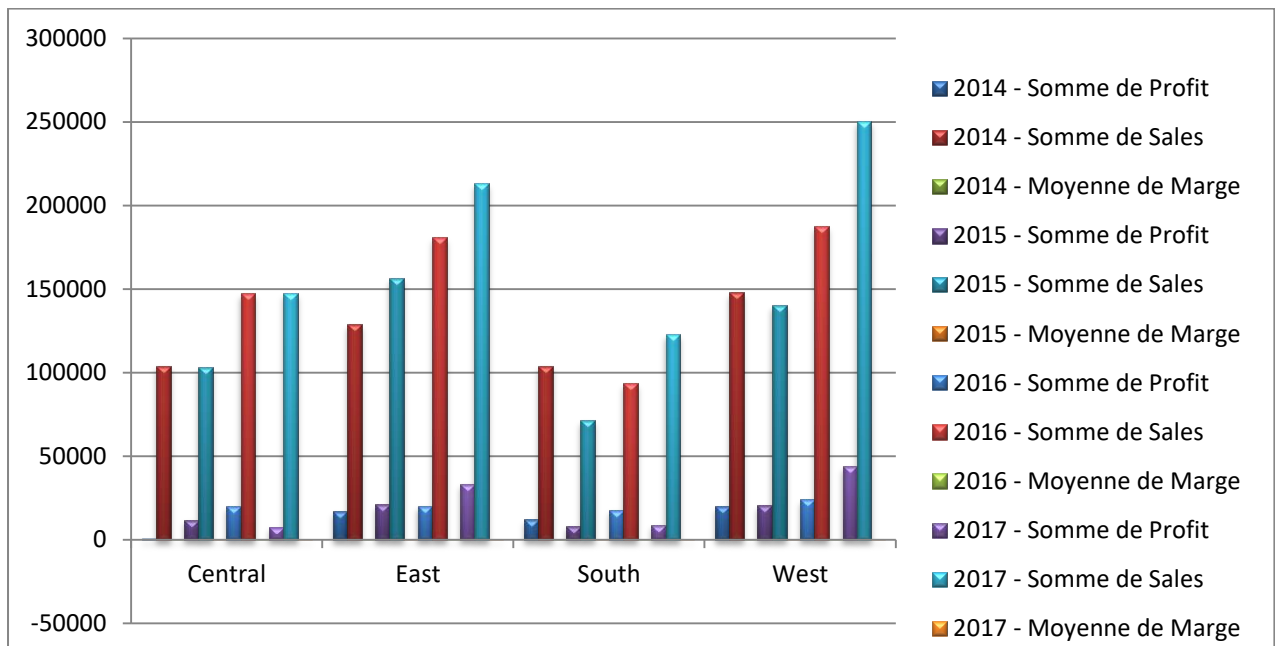
- **South** est la région la plus **volatil et à risque**, nécessitant une attention particulière pour comprendre les causes de la baisse et stabiliser la croissance.

**Recommandations stratégiques :**

- Renforcer le marketing et les promotions dans les régions à forte croissance.
- Stabiliser les ventes dans les régions volatiles en améliorant l'offre ou la fidélisation.
- Suivre régulièrement les performances annuelles pour ajuster la stratégie commerciale.



### 3. Évolution annuelle des ventes, marges et profits (2014–2017)



L'analyse annuelle des indicateurs commerciaux met en évidence des tendances distinctes selon les régions :

- **East** : **Les ventes augmentent de manière constante** chaque année, soutenant une croissance globale de +65 % sur la période. Les **marges** connaissent **une légère diminution**, probablement due à des promotions ou à l'augmentation des coûts, mais **les profits continuent de progresser** grâce à l'augmentation du chiffre d'affaires. Cette évolution confirme la position d'East comme **région la plus dynamique et rentable**.
- **West** : Après une **légère baisse des ventes** en 2015, la région enregistre une **forte croissance** en 2016 et 2017, avec une progression cumulée de +69 %. **Les marges diminuent** légèrement, mais **les profits suivent la hausse** des ventes, reflétant une **forte reprise et un potentiel commercial élevé**.
- **Central** : Les ventes restent globalement **stables**, avec un pic ponctuel en 2016. Les **marges diminuent progressivement**, ce qui limite l'impact de la stabilité des ventes sur les profits, qui restent modérés. Cette évolution indique **un marché mature avec une croissance limitée**.



- **South** : La région présente **une forte volatilité** avec **une baisse notable** des ventes en 2015 (-31 %) suivie **d'une reprise progressive** en 2016 et 2017. Les **marges initialement faibles** commencent à se redresser et les **profits augmentent lentement**. South apparaît ainsi comme **une région vulnérable mais en redressement**, nécessitant un suivi et des actions correctives.

### **Conclusion générale :**

Globalement, les **ventes et profits progressent** dans **East et West** malgré **une légère diminution des marges**. **Central** est **stable** mais mature, tandis que **South** montre une reprise après une forte baisse. Pour optimiser la performance commerciale, il est recommandé de **consolider les régions performantes, stabiliser les régions vulnérables et surveiller régulièrement les indicateurs clés via tableaux de bord et TCD**.