**Supermarché CHAMPION**

**Dossier 1**

**Le management du rayon « charcuterie traditionnelle – traiteur libre-service »**

**(Annexes 3)**

* 1. Responsable de l’animation et de l’organisation commerciale du rayon, vous décidez d’une action promotionnelle sur le boudin.

Déterminez pour chaque produit l’augmentation nécessaire des ventes pour dégager la marge globale habituelle. Pour cela, vous comparerez les marges brutes unitaires obtenues lors de la promotion aux marges brutes sans promotion.

**Annexe 3 – Informations sur l’opération de promotion**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Produits | Unité de vente | Prix de vente  hors promotion | Nature de la promotion | Coefficient multiplicateur habituel |
| Boudin blanc paysan | Pièce | 1,20 | 3 pour le prix de 2 | 2,10 |
| Boudin blanc au porto | Pièce | 2,10 | - 10 % | 2,90 |
| Boudin noir à l’ancienne | Pièce | 1,20 | 3 pour le prix de 2 | 2,20 |
| Boudin aux raisins | Pièce | 2,40 | -15 % | 2,50 |
| Boudin aux marrons | Pièce | 2,60 | - 15 % | 2,90 |