Le chef de rayon PGC d'un supermarché veut analyser la rentabilité de la marque COUSCOUS face aux produits des deux concurrents.
La gondole réservée à ces produits à base de semoule est 100cm de longueur sur 5 niveaux.

| Marques | Prix de vente HT | Quantité vendue | taux de marque |
|---|---|---|---|
| **COUSCOUS** | 16 | 4 150 | 25 |
| **Concurrent 1** | 17 | 3 300 | 20 |
| **Concurrent 2** | 18 | 2 750 | 18 |

**Taux d'occupation de chaque référence sur toute la gondole se présente comme suit :**

| Marques | COUSCOUS | Concurrent 1 | Concurrent 2 |
|---|---|---|---|
| **Taux d'occupation** | 30% | 50% | 20% |

Travail à faire :

1. Calculer pour chaque marque, les indicateurs de performance suivants
   - a) Chiffre d'affaires.
   - b) Linéaire développé (en mètre).
   - c) Rentabilité du linéaire.
2. Pour optimiser l'implantation des trois marques sur toute la gondole, on demande de :
   - a) Calculer l'indice de sensibilité au bénéfice brut (IS BB)
   - b) Déterminer le nouveau linéaire développé en mètre (NLD)

**Tableau à reproduire et à compléter sur la copie**

| Marques | LD actuel | % LD | BB | % BB | ISBB | NLD |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **COUSCOUS** | | | | | | |
| **Concurrent 1** | | | | | | |
| **Concurrent 2** | | | | | | |