

## Annexe 3 La mesure de la rentabilité

Produit	Prix unitaire TTC pendant l'opération (en €)	Prix d'achat hors taxes (en €)	Marge unitaire dégagée pendant l'opération (en €)	Stock initial*	Stock final théorique	Démarque	Quantité théorique vendue*	Marge totale théorique dégagée (en €)
Picoo-Z Basic	19,99	15,52	1,14	238	60	3	175	199,50
Picoo-Z Insecta	29,99	15,52	9,48	122	61	2	59	559,32
Picoo-Z Apache	29,99	15,52	9,48	100	50	1	49	464,52
Picoo-Z Tandem	49,99	26,87	14,79	40	20	1	19	281,01
Total				500	191	7	302	1 504,35

\*. En quantité, arrondir à l'unité supérieure.

## Annexe 4 La réussite de l'opération

Indicateurs de réussite	Détail des calculs
Prix unitaire TTC après promotion	$19,99 \times 0,65 = 19,49$ mais le prix promo ne doit pas être inférieur à 19,99 €
Marge unitaire dégagée pendant la promotion	$(19,99 / 1,2) - 15,52 = 1,14$ €
Stock final théorique	$238 / 4$ (hypothèse stocks / 4 pour les produits promo, / 2 pour les produits en animation).
Quantité théorique vendue	$238 - 60 - 3 = 175$ articles
Marge totale théorique dégagée	$1,14 \times 175 = 199,50$ €
Conclusion	
Rentabilité de l'opération, sachant que la marge dégagée hors promotion est de 1 018,51 €	L'opération semble rentable. La marge dégagée pour le Picoo-Z Basic est faible mais les quantités vendues sont importantes, ce qui correspond à l'objectif d'écoulement des stocks. En revanche, les quantités de produits vendues pour les nouveaux modèles sont moins élevées mais la marge est conséquente, ce qui correspond également à l'objectif fixé : le produit d'appel ne doit pas vampiriser la nouvelle collection.