

À la rencontre des salariés d'Intermarché

Ce mardi 21 février, nous sommes allés à la rencontre de M. Stéphane Dague, Directeur de l'Intermarché basé à Quingey, et également à la rencontre de salariés.

Notre but ? Approfondir nos cours de merchandising et voir de plus près un corps de métier à l'intérieur d'un supermarché.

Nous avons rencontré Céline, responsable du rayon Fruits et Légumes depuis 5 ans. A son arrivée au sein du magasin, elle était engagée en tant qu'employée polyvalente. Elle s'occupait de la caisse, allait servir les clients au rayon Boucherie-Charcuterie, ainsi que d'autres missions. Au bout de plusieurs mois au sein de l'entreprise, elle a eu l'opportunité de devenir responsable du rayon Fruits et Légumes.



Pour faire ce travail, il faut être "dynamique et speed" nous dit-elle. Il n'y a pas une minute où il n'y a pas une tâche à effectuer. Elle nous confie même : "Mes rayons sont ma deuxième maison".

Afin de mieux comprendre en quoi consiste le travail de responsable de rayon, nous lui avons demandé de nous décrire une journée-type. Tous les matins de 5 heures à 9 heures, elle commence toujours par trier ses fruits et ses légumes. Ensuite, elle met en rayon environ 4 palettes de stock. Avant l'ouverture du magasin, elle vérifie également les prix affichés sur les étiquettes électroniques et ensuite, passe ses commandes. Après l'ouverture du magasin, ses missions sont de recharger le stock en magasin, déplacer les rayons, ou encore mettre en forme les têtes de gondoles, avec des promotions, ou de nouveaux produits de saison.

Elle nous explique également qu'un tiers de son travail repose sur le contact client. En effet, dans un magasin rural comme celui-ci, le client se renseigne, s'intéresse. « Les clients de notre Intermarché font souvent à manger eux-mêmes » nous dit Céline, « ils achètent donc beaucoup de fruits et légumes pour concocter leurs plats ». Cependant, l'été, les clients achètent moins de légumes et de fruits car ils cultivent leurs propres jardins. Céline doit donc adapter ses stocks selon les saisons, la météo et également les émissions culinaires qui passent à la télévision. Par exemple, en ce moment elle fait de très bonnes ventes sur les pommes de terre. En revanche, les fruits exotiques se vendent beaucoup moins. De plus, en hiver, les produits d'Espagne sont privilégiés, contrairement à la saison estivale qui, elle, met les produits français en avant.

Pendant les mois creux, c'est-à-dire Octobre et Novembre, Céline a mis en place l'opération « Fruits et Légumes moches ». Explications : les fruits et légumes qui n'ont pas l'aspect standard destiné à la clientèle, sont mis à disposition à prix très attractifs (moins de 1€). Cela réduit le pourcentage de perte, pour preuve cette action lui a permis de diminuer le coût de sa perte à 2% alors qu'en temps normal il se mesure à environ 4%.