



Guillaume Guitard



Johann Girault

Guillaume Guitard, d.t.a., agr.  
Conseiller en gestion, IQDHO

Johann Girault, B.Sc.A., M.B.A.  
Conseiller en gestion, IQDHO

## Les données de caisse: *un trésor à exploiter!*

**I**l est loin le temps où les factures s'amoncelaient dans la proverbiale boîte à chaussures. Aujourd'hui, une jardinerie peut facilement accumuler plusieurs centaines de milliers d'enregistrements par année dans son logiciel de caisse enregistreuse. Chaque facture est conservée, avec l'heure, le produit, le prix de vente, l'inventaire quotidien, le prix coûtant de chaque produit. Une information précieuse pour qui sait y voir!

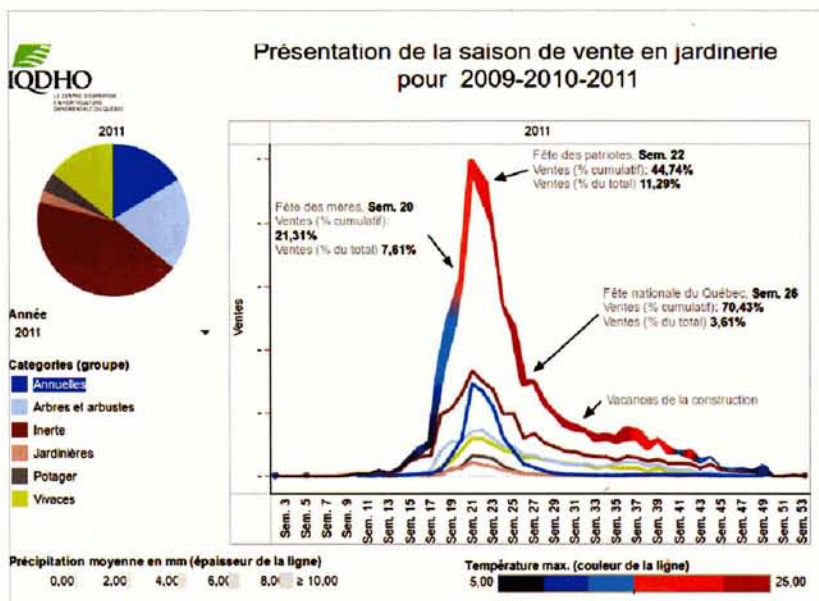
Naturellement, la complexité et le volume des données peuvent parfois donner le vertige à l'analyste néophyte. Fort heureusement, des outils existent qui permettent de manipuler et d'analyser de grandes quantités de données. C'est ce que nous avons expérimenté dans le cadre d'un projet de recherche rendu possible\* grâce à la contribution financière du Centre d'expertise en gestion agricole (CEGA). Le CEGA (cega.net) est une organisation sans but lucratif qui travaille à la promotion et au développement de la gestion agricole en soutenant les professionnels du milieu.

L'objectif global est de proposer un modèle d'analyse de données adapté aux jardineries pour permettre à leurs gestionnaires de prendre des décisions éclairées tant sur le plan du *marketing* (prix, promotions, etc.) que sur celui de la gestion des stocks ou encore des processus opérationnels (par exemple, produire versus acheter-revendre).

Nous cherchons également à atteindre trois objectifs, le premier étant de dresser

un portrait des ventes au détail des différentes catégories de produits offerts habituellement en jardinerie au cours d'une saison. Pour cela, nous avons eu accès aux données de ventes de 10 entreprises utilisant cinq logiciels de caisse différents (Acomba, SMS, Best Software, OBC et un système maison).

Nous cherchions en outre à identifier des indicateurs de performance qui soient bien adaptés aux jardineries. Enfin, il s'agissait de dresser un état des lieux des possibilités réelles d'analyses dans les différentes entreprises participantes, car il ne suffit pas d'être bien équipé en logiciel de caisse, encore faut-il que les données collectées soient de qualité. Les résultats du projet sont disponibles sur le site de l'IQDHO à l'adresse [iqdho.com/fr/tableau](http://iqdho.com/fr/tableau). →



[www.iqdho.com/fr/tableau](http://www.iqdho.com/fr/tableau)



Sur cette page, trois onglets doivent retenir l'attention:

1- Un portrait des saisons 2009 à 2011, semaine après semaine;

2- Une analyse des ventes croisées pour un échantillon restreint de données;

3- Une présentation d'indicateurs de performance pour la jardinerie (marge brute, rotation des stocks et BBSIS ou Bénéfices bruts sur investissements en stocks; ce sujet particulièrement novateur et pertinent pour les détaillants fera l'objet d'un article dans un prochain numéro de *Québec Vert*).

## Portrait des saisons de vente

Le premier onglet (Présentation de la saison) présente des rapports interactifs des trois saisons de vente. À condition de prendre quelques minutes pour bien explorer toutes les possibilités de ces tableaux interactifs (les informations apparaissant à l'écran changent avec le mouvement de la souris dans le tableau), il est possible d'explorer les données à son rythme et d'avoir une image des ventes en fonction du moment où on en est dans la saison. On n'en a ici qu'un faible aperçu avec l'image «fixe» (saisie d'écran de la saison 2011). Cette image permet néanmoins de visualiser l'importance de la fin de semaine de la fête des Patriotes pour les jardineries. En «jouant de la souris» (ce qui est impossible ici), ce tableau permet également de voir rapidement l'évolution des ventes en fonction des précipitations et des températures (caractérisées par l'épaisseur et la couleur du trait). En outre, en cliquant sur un point du trait, le diagramme en forme de tarte à gauche indique automatiquement la répartition des ventes par groupe de produits de la semaine correspondante.

Naturellement, le projet et les tableaux sous cet onglet confirment ce que nous savions déjà: l'industrie horticole est fortement saisonnière et réalise pour l'ensemble des produits environ 80 % de ses ventes sur une période de 15 semaines. Pour les annuelles et les paniers suspen-

du, la concentration des ventes est beaucoup plus dramatique, avec 80 % des ventes réalisées en 7 à 8 semaines et entre 15 et 20 % des ventes de l'année sur une seule semaine (autour de la fête des Patriotes).

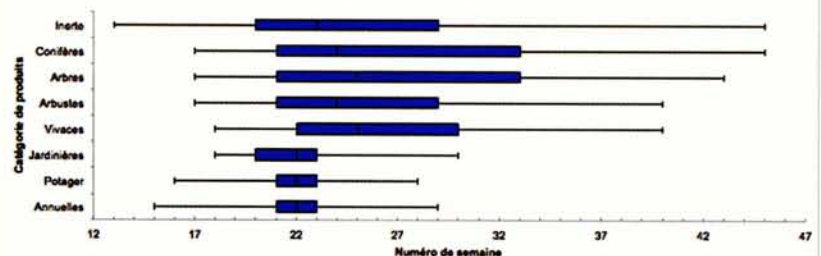
Ainsi, en 2011 (voir Graphique 1), les annuelles, jardinières et plantes potagères sont vendues à plus de 80 % dès la semaine 24 (mi-juin) tandis que les autres catégories s'écoulent dans la même proportion jusqu'à la semaine 35 (fin août—début septembre). À noter qu'on retrouve presque les mêmes dates pour 2009 et 2010, à une ou deux semaines près, ce qui indique des habitudes bien ancrées chez les consommateurs québécois.

## L'importance des inertes

Une des constatations ayant le plus surpris est l'importance des produits inertes dans le chiffre d'affaires des entreprises. À notre grande surprise, l'inerte représentait entre 41 et 43 % du total des ventes!

Graphique 1

Mesure de l'étalement des ventes dans la saison selon les catégories de produits (donnée 2011)



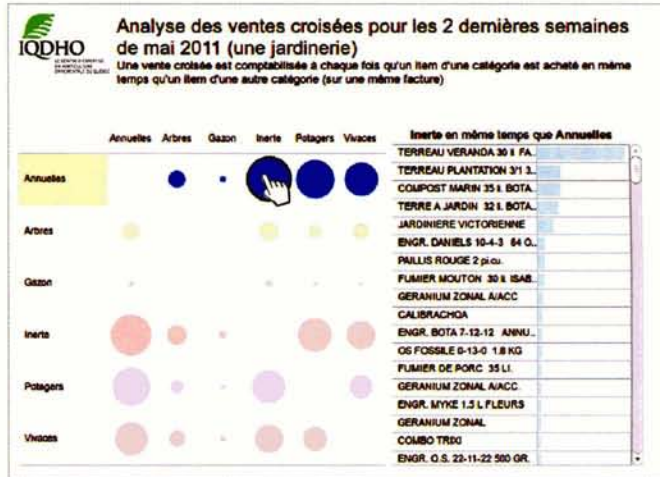
[www.iqdho.com/fr/tableau](http://www.iqdho.com/fr/tableau)

**Dans ce graphique, on voit que 75 % des ventes ont été réalisées dans les semaines représentées par un rectangle bleu. La ligne au centre de chacun de ces rectangles marque le moment où le pourcentage de 50 % des ventes a été atteint. Le début des lignes correspond à la première semaine où on a enregistré des ventes représentant plus de 1 % des ventes de l'année pour le produit. La fin correspond à la dernière semaine où on a enregistré des ventes totalisant plus de 1 % des ventes de l'année.**

\* «Ce projet a été rendu possible grâce au soutien financier accordé en vertu de l'Axe 4 du Programme d'appui au développement des entreprises agricoles dans le cadre de *Cultivons l'avenir*, une initiative fédérale-provinciale-territoriale. L'administration de l'axe 4 de ce programme a été confiée au Centre d'expertise en gestion agricole (CEGA).»



Les ventes croisées ont également été analysées à partir d'un échantillon restreint de factures (voir l'onglet *Analyse des factures*). Cet onglet permet de voir les items d'une catégorie ayant été achetés le plus souvent en même temps qu'un item d'une autre catégorie. Par exemple, sur la figure ci-dessous, on peut voir les items de la catégorie «produits inertes» ayant été achetés le plus souvent en même temps que des produits de la catégorie «plantes annuelles». Ce genre d'analyse est utilisé sur une base quotidienne dans la plupart des grandes chaînes afin de s'assurer de bien positionner les produits selon les besoins des clients. Ceci explique pourquoi certains se trouvent à plusieurs endroits dans le magasin ou sont présentés sur la même page de votre publi-sac! On voit donc que les possibilités offertes par ces outils sont immenses et commencent tout juste à être utilisées par les petites entreprises.



[www.iqdho.com/fr/tableau](http://www.iqdho.com/fr/tableau)

Dans l'onglet *Analyse des factures*, en cliquant sur le cercle au croisement des catégories *Annuelles* (à gauche) et *Inerte* (en haut), la liste des produits inertes achetés en même temps que des annuelles apparaît automatiquement à droite en ordre décroissant. Les barres bleu clair donnent un aperçu du volume vendu en nombre de transactions.

## La sous-utilisation du capital de données

Ce projet nous a permis de constater une première chose: de l'information en or dort dans les disques durs! Les systèmes de caisse enregistreuse permettent bien de produire quelques rapports de base, mais rien de comparable avec les outils modernes d'analyse de données. Dans la plupart des cas, l'information n'est utilisée que dans la gestion quotidienne, sans plus.

D'autre part, une deuxième constatation fut que seulement une minorité des entreprises disposait de données suffisamment complètes pour pleinement profiter des outils modernes d'analyse. Dans plusieurs cas, une révision des processus administratifs devra être réalisée pour s'assurer d'aller chercher progressivement les informations manquantes, par exemple les inventaires et les coûts.

D'ailleurs, si les jardinerie souhaitent compétitionner à armes égales avec les géants de la distribution, qui prennent de plus en plus de parts de marché en horticulture, elles n'auront d'autre choix que de

se former et de s'équiper rapidement en technologies de l'information. Comme disait Winston Churchill, «mieux vaut prendre le changement par la main avant qu'il ne nous prenne par la gorge»...

Heureusement, quelques entreprises ont déjà amorcé ce virage et s'intéressent de près à nos recherches. Ainsi, ce projet a déjà donné naissance à des quelques initiatives devant permettre à des jardinerie de développer des outils technologiques adaptés à leurs situations. Ce service en développement à l'IQDHO comprend ces aspects: une amélioration de la qualité des données, la définition des besoins spécifiques au gestionnaire pour aboutir finalement à un tableau de bord interactif incluant différents indicateurs de performance.

Plus les gestionnaires accordent du temps pour comprendre l'importance de ces avancées, plus ils prennent conscience à quel point sont capitales pour leur entreprise l'architecture de leurs bases de données et la qualité des informations enregistrées. L'IQDHO est fier de participer à ce travail. 