

Mesurer les produits.  
Manuel des Conventions Techniques  
dans le cadre de la CDB

GS1 Belgium & Luxembourg  
Rue Royale 29  
1000 BRUXELLES  
Tel: 02/229.18.90  
Fax: 02/217.43.47  
Website : [www.gs1belu.org](http://www.gs1belu.org)

## TABLE DE MATIERE

<b>1. INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>2. MESURER LES UNITES DE VENTE AU DETAIL.....</b>	<b>4</b>
2.1 DEFINITION .....	4
2.2 DEFINITION DE LA FACE AVANT / FACING DE L'ARTICLE.....	4
2.3 DEFINITION DE LA LARGEUR, LA PROFONDEUR ET LA HAUTEUR.....	5
2.4 ARTICLES SUSPENDUS.....	6
2.5 FORMES SPECIALES D'EMBALLAGE .....	7
<b>3. CONVENTIONS SUR LES DIVERGENCES DE MESURE DES UNITES DE VENTE     AU DETAIL.....</b>	<b>8</b>
<b>4. GROUPAGES STANDARDS.....</b>	<b>9</b>
4.1 DEFINITION DE LA BASE.....	9
4.2 DEFINITION DE LA LARGEUR, LA PROFONDEUR ET LA HAUTEUR.....	9
4.3 TOLERANCE .....	9
4.4 CONVENTIONS DU PESAGE.....	9

## 1. INTRODUCTION

Disposant d'espaces limités dans les grandes surfaces, les détaillants et fabricants doivent attribuer ces espaces à leurs produits et leurs rayons de façon judicieuse et efficace.

Un logiciel d'organisation de rayons est un outil analytique permettant d'organiser et d'optimiser l'espace disponible dans une grande surface. Un tel logiciel aide les détaillants à organiser leurs rayonnages et à les répartir en différentes sections. En outre ce logiciel assiste les fabricants au développement d'un 'planogramme' (représentation graphique du rayon) pour leurs clients. Le rajout de dimensions exactes des produits - provenant par exemple de la CDB - à ce logiciel, procure des résultats fiables et utilisables. Par exemple : l'emballage de nombreux produits est conçu de telle manière que différentes façons de présenter l'article en rayon se proposent. Dès lors il existe aussi différentes façons de concevoir la hauteur, la largeur et la profondeur de l'article. Le manque de conséquence dans l'application d'une même méthode pour définir les dimensions peut causer plusieurs problèmes dont des rayons surchargés, répartition inefficace de l'espace ou des rayons insuffisamment approvisionnés.

Vu que les dimensions de produits ne sont pas uniquement utilisées au sein d'une entreprise, mais sont également distribuées à différents détaillants et fabricants, il est important de pouvoir disposer d'un manuel qui répond de manière conséquente aux questions telles que : quelle est la face avant d'un produit, quelle est la hauteur, la largeur et la profondeur de l'article. Ce manuel procure des conventions standards pour mesurer les produits. Une large acceptation de ces conventions permettra aux utilisateurs de logiciels d'organisation de rayons de recevoir ces dimensions comme étant des données fiables.

Les dimensions jouent également un rôle important dans des processus logistiques. D'où le sujet des groupages standards abordé dans ce manuel.

### Remarque

Pour toutes les définitions et spécifications, il est fait référence à : GS1 Belgium & Luxembourg Manuel 'Codification' – janvier 2006 et au site web : [www.gs1belu.org](http://www.gs1belu.org)

## 2. MESURER LES UNITES DE VENTE AU DETAIL

### 2.1 Définition

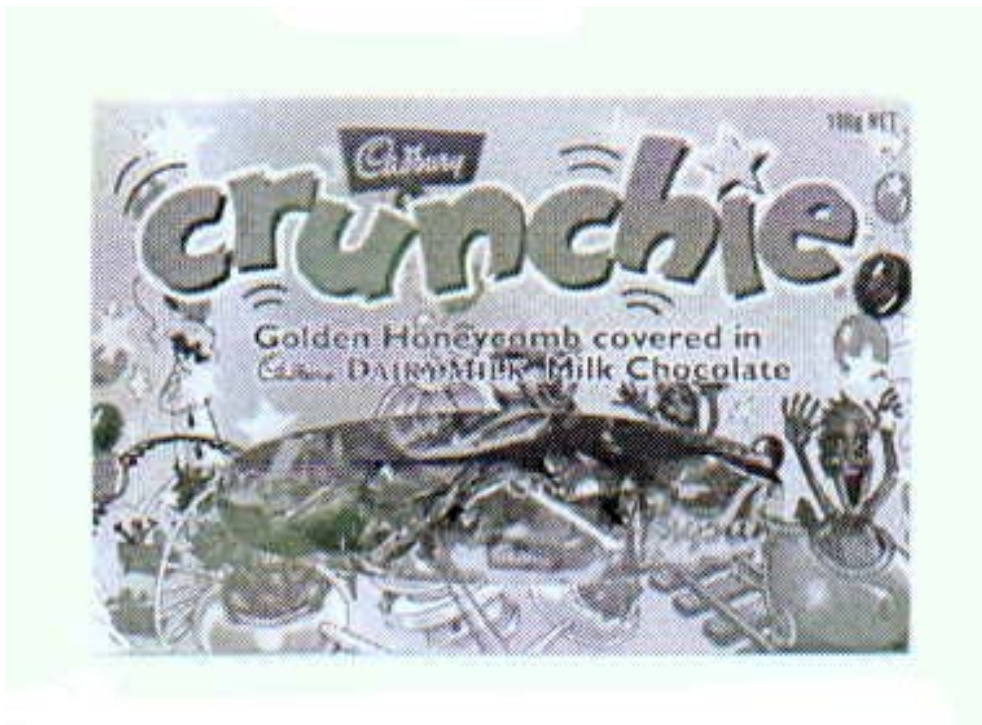
Une unité de vente au détail est l'unité que le consommateur peut acheter dans un point de vente de détail.

### 2.2 Définition de la face avant / facing de l'article

Avant de pouvoir mesurer un produit il faut en situer la face avant. Cette face avant ne peut en aucun cas être confondue avec la pose définitive ou la présentation de l'article dans le rayon. Prenez donc en compte que la face avant n'est pas nécessairement la face mise en évidence par la présentation.

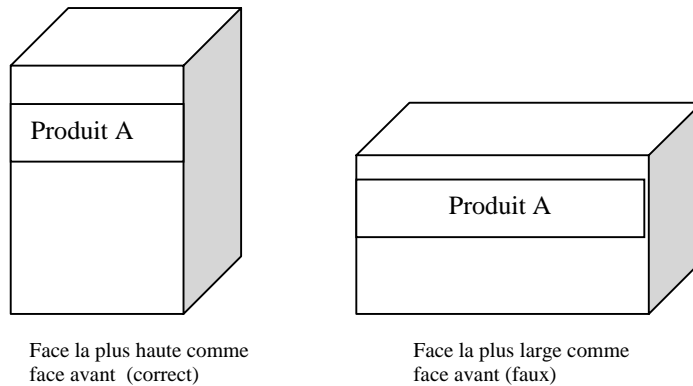
La situation de la face avant est déterminante pour la définition de la hauteur, la largeur et la profondeur (longueur).

**La face avant** est la face avec la plus grande surface utilisée par le fabricant pour 'vendre' au consommateur (face portant le nom du produit, etc.). Si l'orientation du texte sur cette surface devait être telle que le produit peut être présenté aussi bien debout que couché (texte imprimé aussi bien horizontalement que verticalement ou diagonalement sur la face avant), le côté le plus long de cette face avant représente la hauteur.



*Déterminez avant tout la face avant de l'article*

Certains produits ont plusieurs faces avant à surface égale. Ces produits-là peuvent être présentés en rayon aussi bien debout que couché. Si un produit offre plus d'une possibilité pour la définition de la face avant, la face avec la plus grande hauteur est la face avant (voir dessin 1).

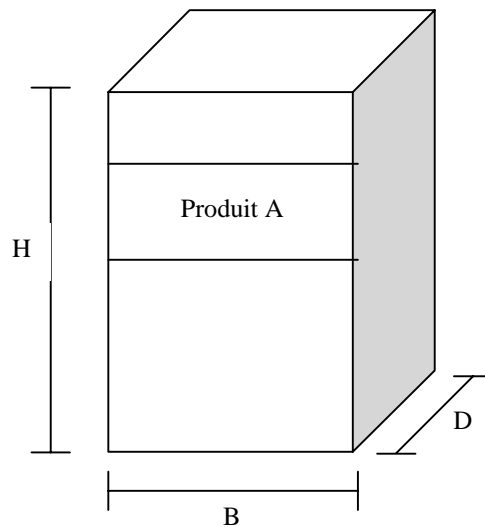


*La définition de la face avant d'un produit ayant plusieurs faces avant à surface égale.*

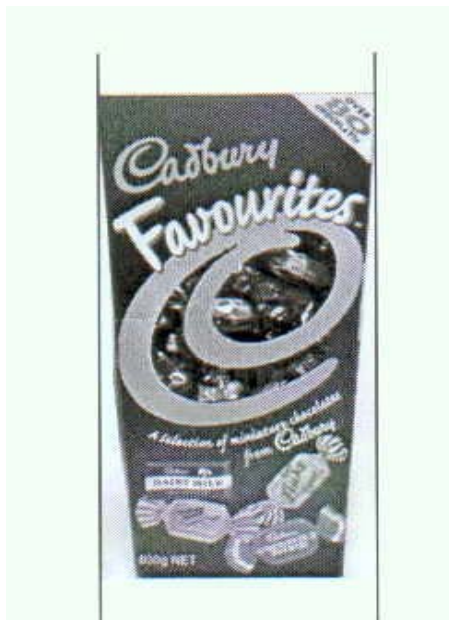
### 2.3 Définition de la largeur, la profondeur et la hauteur

Après définition de la face avant nous pouvons définir la hauteur, la largeur et la profondeur :

- Hauteur** = à partir du point le plus bas jusqu'au point le plus haut
- Largeur** = à partir du point extrême gauche jusqu'au point extrême droit
- Profondeur** (longueur) = à partir du point le plus avancé jusqu'au point le plus reculé



Lorsque hauteur, largeur et profondeur sont définies, les dimensions peuvent être mesurées. Toutes les dimensions sont formulées en millimètres et toujours arrondis vers le haut jusqu'à des millimètres entiers.

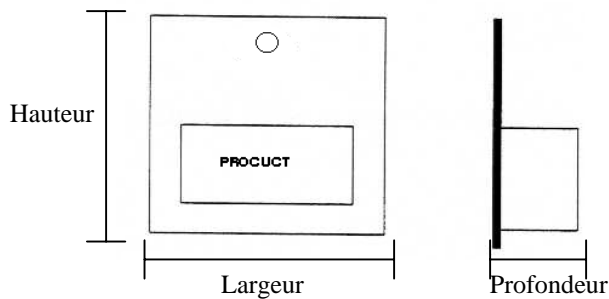


Largeur

*Mesurez toujours jusqu'aux extrémité les plus éloignées*

## 2.4 Articles suspendus

Sous 'articles suspendus' nous entendons ces articles qui normalement sont présentés à un crochet. Lorsque l'article est muni d'une perforation pour la suspension, il doit être mesuré comme s'il était suspendu. Même si les articles sont présentés en position couchée ou empilée, la mesure est effectuée en position suspendue. Lorsqu'on mesure des articles suspendus, ce sont aussi les dimensions les plus extrêmes qu'il faut prendre en compte.



Lorsqu'un emballage flexible est muni d'une perforation de suspension, il est aussi mesuré dans la position suspendue. Dans ce cas les bords scellés sont inclus dans le métrage.



## 2.5 Formes spéciales d'emballage

### 2.5.1 Articles cylindriques

Dans le cas d'articles cylindriques, la largeur est en général égale à la profondeur.



### 2.5.2 Multi-packs

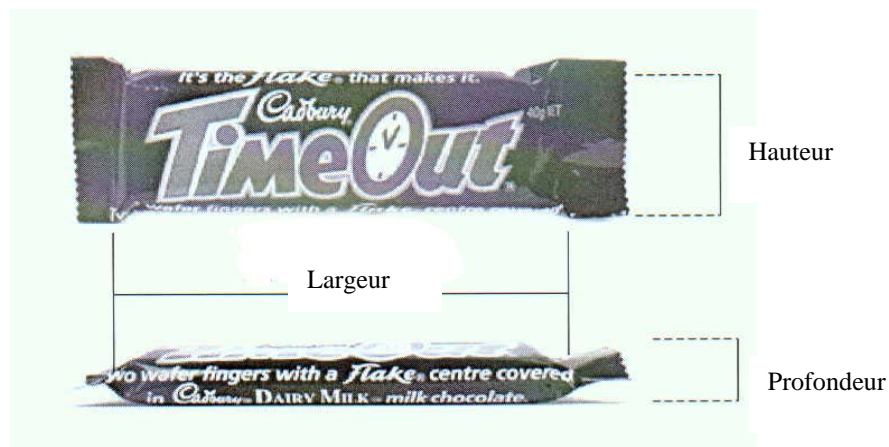
Les multi-packs sont mesurés comme un seul article. La face couvrant le plus grand nombre d'articles devient la face avant du multi-pack. Pour les multi-packs avec le même nombre d'articles derrière chaque face, la face avant devient celle portant le nom du produit et la quantité.

### 2.5.3 Déformation

Certains articles, comme un carton de lait, peuvent présenter une déformation légère de l'emballage causé par son contenu. Cette déformation doit être prise en compte dans la mesure.

### 2.5.4 Emballages flexibles

Les emballages flexibles (ex.: sachet de chips) sont mesurés comme si l'article était couché à plat dans le rayon. Les bords scellés et les extrémités de l'article ne sont pas pris en compte. NB : Si l'emballage flexible contient un récipient (ex : ravier pour biscuits), la dimension du côté scellé est établie en mesurant le récipient et en y rajoutant 1 cm. Les deux autres côtés sont mesurés selon les conventions de base.



! Lorsqu'un emballage flexible est muni d'une perforation pour suspendre, il est mesuré en position suspendue. Dans ce cas-ci les deux bords scellés sont bel et bien pris en compte dans la mesure.

### 3. CONVENTIONS SUR LES DIVERGENCES DE MESURE DES UNITES DE VENTE AU DETAIL

Dans le tableau ci-dessous sont décrits les cas de divergences de mesure considérées comme étant inacceptables.

Pour simplifier la variété d'emballages, nous avons choisi de répartir les différentes formes d'emballage en 4 groupes.

	<b>GROUPE 1</b>	<b>GROUPE 2</b>	<b>GROUPE 3</b>	<b>GROUPE 4</b>
<b>Degré de rigidité de l'emballage</b>	Rigide	Moyen	Flexible	Exceptions
<b>Aperçu des groupes de matériaux</b>	Verrerie, synthét. rigide, conserve, plastic rigide, métal	carton rigide ou matériel difficile à déformer (voir explication)	Matériel flexible ex. : plastic, synthétique et papier	Tous les articles n'appartenant pas aux groupes 1, 2 ou 3
<b>Divergence max. de mensuration admise</b>	± 1mm.	± 2mm.	± 5%	Sur base de conventions bilatérales
<b>Exemples de produits</b>	Bouteilles de boissons fraîches, vin haricots en boite	Brique de lait, boite de détergent, boite de bonbons	Chips, sachet de bonbons	Articles emballés à la main.

#### **Explication**

- Groupe 1 : l'emballage ne peut pas être déformé.
- Groupe 2 : l'emballage peut être légèrement déformé de par son contenu.
- Groupe 3 : l'emballage peut être facilement déformé / l'emballage a une ou plusieurs bords scellés et protubérants.
- Groupe 4 : Articles dont la divergence de mesure peut être plus élevée pour des raisons explicables. Dans ce cas la divergence n'est pas due à la façon de mesurer, mais au fait que les dimensions des articles individuels peuvent diverger entre eux.

Lors de la constatation de divergences de mesure il est entendu qu'un outil professionnel a été utilisé.

## 4. GROUPEGES STANDARDS

### 4.1 Définition de la base.

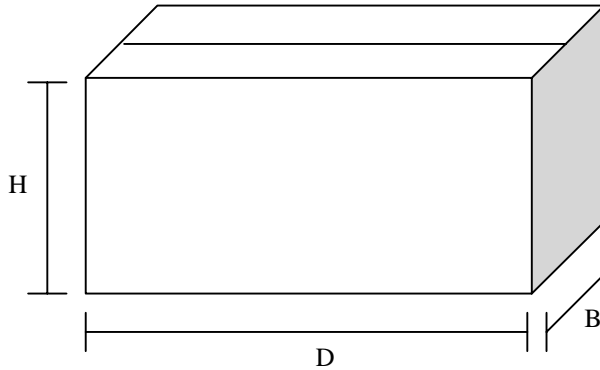
Avant d'être à même de mesurer la hauteur, la largeur et la profondeur d'un groupage standard, sa base doit être définie. De manière générale la base est la surface que l'on désigne spontanément comme étant le dessous.

### 4.2 Définition de la largeur, la profondeur et la hauteur

Largeur : le côté le plus court de la base

Profondeur (longueur) : le côté le plus long de la base

Hauteur : la hauteur avec laquelle l'emballage dépasse au-dessus de la base



Le groupage standard doit être mesuré 'librement' et ne peut pas être empilé. Aussi doit-il se trouver en bon état (ni endommagé, ni humide, etc. ).

Les dimensions sont toujours exprimées en millimètres en arrondissant vers le haut pour obtenir des millimètres entiers.

### 4.4 Tolérance

La divergence de mesure constatée peut être de maximum  $\pm 4\%$ .

### 4.5 Conventions de pesage.

Le pesage du poids brut en arrondissant à 100g vers le haut. Poids exprimé en grammes. La divergence maximale admise est de  $\pm 100$  g.