

**EXERCICES**

**EXERCICE 1 : DECOMPOSITION DE LA DEMANDE DE BIENS DE CONSOMMATION COURANTE**

Donnez les caractéristiques des différentes situations individuelles possibles pour les 3 produits suivants :

<b>Situation individuelle</b>	<b>Chambre dans un hôtel de classe économique</b>	<b>Télévision</b>	<b>Charcuterie</b>
Consommateur			
Non consommateur absolu			
Non consommateur volontaire			
Non consommateur involontaire			
Non consommateur relatif			
Consommateur de produits de substitution			
Acheteur			
Utilisateur			

## EXERCICE 2 : Lentilles de contact

Vous êtes un fabricant de lentilles de contact et vous analysez la structure de la demande pour évaluer votre marché potentiel. Vous disposez pour cela des informations suivantes :

- Taille de la population malvoyante : 38 millions de personnes
- Nombre de non-voyants : 0,5 million de personnes
- Parmi les personnes ayant des problèmes de vision, 17 millions portent des lunettes
- Les entreprises concurrentes occupent 80% des parts de marché en volume
- On consid rera que 10% de la population malvoyante ne porte ni lentilles ni lunettes.

Représentez schématiquement la structure de ce marché

## EXERCICE 3 : Elasticité de la demande par rapport au prix

Un libraire a modifié le prix d'un stylo plume de marque Waterman et a constaté les résultats suivants :

Epoque	Prix	Ventes du mois
0	45	40
1	50	37

1. Calculez l'élasticité de la demande par rapport au prix. Que constatez-vous ?
2. le commerçant a-t-il intérêt à augmenter son prix ?
3. S'il fixe son prix à 55 , quelles quantités de stylos peut-il espérer vendre ? Quel sera son CA ?

## EXERCICE 4 : Elasticité croisée

Chef de rayon dans un hypermarché, vous avez procédé à des modifications de prix pour deux marques de shampoing doux. Vous avez constaté les répercussions suivantes sur le volume des ventes.

	Epoque	Prix	Quantités mensuelles vendues
Marque A	0	3	103
	1	3,6	88
Marque B	0	2,8	72
	1	2,8	85

1. Calculez l'élasticité croisée  $e_{cB/A}$ .
2. Qu'en concluez-vous ?

### EXERCICE 5 : MODELISSIMO

Après avoir occupé un emploi de chef de rayon dans un grand magasin, Claude Brillard décide de reprendre le commerce de prêt-à-porter que ses parents avaient créé dans les années 1960. Ce point de vente (Modelissimo) situé dans les rues les plus passantes de Vannes, bénéficie d'une excellente notoriété. Avec son expérience, Claude Brillard a su dynamiser l'activité : nouvel agencement du magasin avec une surface de vente passant de 80m<sup>2</sup> à 100m<sup>2</sup>, assortiment bien adapté, actions de communications locales bien ciblées...

1. Après avoir étudié les performances du magasin de Vannes en euros constants 2001 (voir tableau ci-dessous), proposez une prévision du CA pour l'année 2006 (méthode des moindres carrés)
2. déterminez les CA prévisionnels du futur magasin de Rennes pour les trois premières années (arrondir tous vos calculs à l'unité la plus proche).

### DOCUMENTS

#### **Performances commerciales du pont de vente :**

Années	2001	2002	2003	2004	2005
CA en €	150900	200500	212000	237600	249000
Rayon costumes hommes en €	37500	42000	39200	40100	37300
Indice prix INSEE - Base 100 2001	100,2	101,3	102,9	104,3	106,0

Claude Brillard envisage d'acquérir un second magasin de prêt-à-porter hommes et femmes spécial « grandes tailles » dans la ville de Rennes. Afin de calculer son CA prévisionnel, il dispose des informations suivantes :

- population totale de l'agglomération rennaise : 206230 personnes au recensement INSEE 1999.
- Nombre moyen de personnes par ménage dans le département de l'Ille et Vilaine : 2,7.
- Consommation totale « habillement » en France (vêtements hommes et femmes hors chaussures, lingerie, chemise-bonneterie et accessoires de l'habillement) : 27 780 millions d'à.
- Nombre de ménages en France : 23 810 161.
- IDC, agglomération de Renne (CCI, extraits 2002)

Dépenses	IDC
Alimentation	89,8
Equipe­ment de la personne	90
Equipe­ment de la maison	87,9
Culture et loisirs	94,9

Diverses études professionnelles indiquent que les grandes tailles en prêt-à-porter représentent environ 6% du marché total de l'habillement.

Compte tenu de la concurrence locale et de la préférence des clients potentiels « grande taille » pour les magasins traditionnels non spécialisés, le taux de pénétration (ou part de marché) du futur point de vente, en année normale, est estimé à 11%. Ce CA devrait être atteint la 3<sup> me</sup> année. La première année, le CA réalisé devrait être environ de 60% du CA normal. La 2<sup> me</sup> année, il devrait atteindre 80% de ce CA.

## **EXERCICE 6 : LE PETIT MANOIR**

Le Petit Manoir est un hôtel-restaurant près de Cabourg, en Normandie. Il a connu un développement faible pendant quelques années puis sa croissance s' st nettement améliorée. La réputation du restaurant et de son chef a franchi les frontières : le guide Michelin a attribué une étoile (Qualité de la table). L'hôtel offre un confort de qualité pour lequel le secrétariat au tourisme a octroyé deux étoiles NN.

Vous disposez des informations suivantes :

Chiffres d'affaires mensuels HT en €			
Mois	N	N+1	N+2
Janvier	Fermeture		
Février	11 114,00	12 333,00	13 080,00
Mars	45 918,00	45 796,00	49 165,00
Avril	57 946,00	57 870,00	62 916,00
Mai	77 246,00	80 828,00	87 856,00
Juin	73 206,00	80 966,00	84 365,00
Juillet	106 470,00	117 264,00	121 731,00
Août	110 541,00	122 203,00	126 289,00
Septembre	125 100,00	123 895,00	143 378,00
Octobre	95 220,00	104 153,00	110 968,00
Novembre	35 353,00	33 798,00	40 338,00
Décembre	Fermeture		

- 1) Représentez graphiquement l'évolution mensuelle des ventes pour les années N+1 et N+2.
- 2) Pour faire une prévision correcte, il est recommandé de **désaisonnaliser** la série statistique. Pour ce faire vous calculerez les totaux mobiles et les moyennes mensuelles mobiles pour les années N+1 et N+2. Représentez les moyennes mobiles sur le graphique.
- 3) Déterminez l'équation de la droite d'ajustement à partir des moyennes mobiles (série statistique sur 20 mois) par la méthode des points extrêmes. En déduire les ventes prévisionnelles pour l'année N+3.
- 4) Déterminez les coefficients saisonniers moyens à partir des données fournies pour les années N, N+1, N+2 (vous conserverez 4 chiffres après la virgule).
- 5) Déterminez les prévisions mensuelles pour mai et septembre N+3
- 6) Quels commentaires faites-vous sur l'évolution de la fréquentation du Petit Manoir ?

Période	Clientèle	N	N+1	N+2
1 <sup>er</sup> Trimestre	Tourisme	40	39	33
	Professionnels	60	61	67
2 <sup>ème</sup> Trimestre	Tourisme	56	52	48
	Professionnels	44	48	52
3 <sup>ème</sup> Trimestre	Tourisme	92	90	91
	Professionnels	8	10	9
4 <sup>ème</sup> Trimestre	Tourisme	38	38	36
	Professionnels	62	62	64

Taux d'occupation en %			
Mois	N	N+1	N+2
Janvier	<i>Fermeture</i>		
Février	14	14	20
Mars	33	36	38
Avril	42	44	47
Mai	52	54	63
Juin	67	77	79
Juillet	82	88	94
Août	84	87	93
Septembre	90	91	99
Octobre	68	70	77
Novembre	35	35	40
Décembre	<i>Fermeture</i>		



