**Composantes de la demande**

**Objectifs du chapitre** :

* Analyser la demande au travers de ses différents niveaux.
* Connaître les différents acteurs de la demande.

**Notions clés** : consommateur – acheteur – prescripteur – décideur - demande potentielle – demande effective – non consommateurs absolus – non consommateurs relatifs – demande réelle

**Plan du cours** :

Introduction

1. Les différents acteurs de la demande
2. Les composantes de la demande

Conclusion

**Liste des annexes** :

|  |  |
| --- | --- |
| Annexe 1 | L’influence des enfants |
| Annexe 2 | Les acteurs de la demande |
| Annexe 3 | Typologie de la demande |
| Annexe 4 | Les niveaux d’analyse de la demande du marché automobile de tourisme |

**Questions** :

1. Qui représente la demande sur le marché des jouets ? **(annexe 1)**.
2. Complétez **l’annexe 2**.
3. Reliez les types d’acteurs aux différents types de demande. **(annexe 3)**
4. Votre entreprise est Renault. Complétez le tableau de **l’annexe 4** à l’aide des notions suivantes : *demande globale, demande potentielle, demande effective, demande aux concurrents, demande à l’entreprise.*

**Annexe 1 – L’influence des enfants**

L’influence des enfants est prédominante dans le choix des jouets. Entre 4 et 6 ans, 50 % des enfants jouent un rôle essentiel dans le choix de leurs jouets. Le taux de prescription augmente avec l’âge. Il est de 62 % à 7-8 ans et atteint un taux record de 67 % à 9-10 ans. Il descend ensuite à 15 % pour les enfants de 11 à 12 ans. L’entrée dans la pré-adolescence explique cette diminution de l’intérêt pour les jouets.

**Source** : Rapport du CRIOC sur le marché du jouet, novembre 2004. <http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/1206.pdf>

**Annexe 2 – Les acteurs de la demande**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **Demande****Marché** | **Consommateurs** | **Acheteurs** | **Prescripteurs** | **Décideurs** |
| **Jouets** | Enfants | Parents | Fabricants (ex : Mattel) | Parents |
| **Aliments pour bébé** | Bébés | Parents | PuéricultricesMédecins | Parents |
| **Livres scolaires** | Elèves | Parents d’élèves | Professeurs | Conseil d’enseignement |

**Annexe 3 – Typologie de la demande**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Typologies** |  |  |  | **Caractéristiques** |
| Non-consommateurs absolus | ⚫ |  | ⚫ | Personnes qui ne consomment pas les produits d’un marché car elles n’en éprouvent pas le besoin ou n’ont pas un pouvoir d’achat suffisant mais qui pourraient les utiliser dans l’avenir. |
| Non-consommateurs relatifs | ⚫ |  | ⚫ | Ce sont les clients actuels qui achètent le produit de l’entreprise. |
| Demande à l’entreprise | ⚫ |  | ⚫ | Ensemble de la demande. |
| Demande effective | ⚫ |  | ⚫ | Personnes qui ne consommeront jamais les produits sur un marché pour des raisons physiques, morales ou religieuses. (ex : la viande de porc pour les juifs et les musulmans) |
| Demande potentielle | ⚫ |  | ⚫ | Ensemble de la demande. |
| Demande globale | ⚫ |  | ⚫ | C’est l’ensemble des personnes susceptibles d’acheter un produit sur le marché. (demande effective + NCR) |

**Annexe 4 – Les niveaux d’analyse de la demande**

|  |
| --- |
| ***---------------------------------------------------------------------------------****Personnes légalement aptes à conduire un véhicule* |
| ***--------------------------------****Personnes aveugles* | ***---------------------------------------------------------------------------------------****possesseurs du permis de conduire* |
|  | ***--------------------------------****Personnes qui n’ont pas les moyens financiers pour acquérir une voiture* | ***--------------------------------------------------------------****Possesseurs d’une voiture* |
|  |  | ***--------------------------------****Clients de BMW* | ***------------------------------****Clients de Renault* |