**TD : Les outils quantitatifs d’analyse de marché**

**Objectifs du TD :**

* Distinguer la phase du cycle de vie d’un marché.
* Calculer des taux d’évolution et des indices d’accroissement.
* Choisir et tracer un graphique.
* Utiliser des outils de gestion pour analyser des ventes.

**Notions :**

Cycle de vie – lancement – croissance – maturité – déclin – taux de variation – indice d’accroissement – part de marché en volume – part de marché en valeur

**Applications :**

*Application n°1 – Analyse de la tendance du marché de la limonade en France.*

*Application n°2 – Analyse de la répartition des ventes d’une agence de voyage*

*Application n°3 – Calcul des parts de marché de grandes surfaces de bricolage (GSB)*

**Application n°1 - Analyse de la tendance du marché de la limonade**

Voici les ventes de limonade sur le marché français de 1970 à 2010. (en millions de litres)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Limonades** | **1970** | **1975** | **1980** | **1985** | **1990** | **1995** | **2000** | **2005** | **2010** |
| Nature | 60 | 65 | 67 | 70 | 75 | 100 | 100 | 101 | 101 |
| Citron | 0 | 0 | 26 | 40 | 42 | 45 | 48 | 50 | 52 |
| Violette | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 10 | 20 | 38 |
| Pomme | 15 | 25 | 30 | 32 | 28 | 20 | 17 | 13 | 10 |

**Questions**:

1. **Calculez l’évolution des ventes de *« limonade nature »* à l’aide du taux d’évolution.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1970** | **1975** | **1980** | **1985** | **1990** | **1995** | **2000** | **2005** | **2010** |
| Nature | 60 | 65 | 67 | 70 | 75 | 100 | 100 | 101 | 101 |
| Taux d’évolution | **-** | **8,33 %** | **3,08 %** | **4,48 %** | **7,14 %** | **33.33 %** | **0,00 %** | **1,00 %** | **0,00 %** |

*Justification calculs* :

Pour calculer une évolution, on utilise la formule suivante :

**Exemple pour 1975** :

1. **Calculez l’évolution des ventes de *« limonade pomme »* à l’aide des indices d’accroissements.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1970** | **1975** | **1980** | **1985** | **1990** | **1995** | **2000** | **2005** | **2010** |
| Pomme | 15 | 25 | 30 | 32 | 28 | 20 | 17 | 13 | 10 |
| Indice | **100** | **166,67** | **200** | **213,33** | **186,87** | **133,33** | **113,33** | **86,68** | **66,67** |
| Taux d’accroissement de l’indice | **0** | **66,67** | **100** | **113,33** | **86,67** | **33,33** | **13,33** | **-13,33** | **-33,33** |

*Justification du calcul :*

On utilise les indices d’accroissement pour comparer l’évolution des ventes par rapport à une année précise (généralement l’année de départ) que l’on nomme base 100.

**Exemple pour 1975** :

Ensuite pour calculer le taux d’accroissement de l’indice, il suffit de soustraire l’indice trouvé à 100 :

Taux d’accroissement de l’indice = Indice - 100

Rédigez une phrase pour 1975 :

1. **Visualisez sur un graphique les ventes des 4 dernières années de limonade.**
2. *Avant de commencer, réfléchissez à quel type de graphique correspond le mieux aux informations que vous souhaiteriez visualiser.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Courbe | ⚫ |  | ⚫ | Répartition des ventes d’outillage par marché sur 3 continents |
| Histogramme | ⚫ |  | ⚫ | Part de marché des opérateurs de téléphonie mobile en France |
| Graphique à secteurs (ou circulaire) | ⚫ |  | ⚫ | Top 10 des annonceurs sur le Web en 2010 |
| Graphique à colonnes | ⚫ |  | ⚫ | Répartition des salaires dans une entreprise |
| Diagramme en bâtons | ⚫ |  | ⚫ | Evolution du chiffre d’affaires d’une entreprise |

1. *Quel type de graphique allez-vous utiliser pour visualiser l’évolution des ventes de limonades ?*
2. *Tracez le graphique dans le cadre suivant :*
3. **Caractérisez la phase du cycle de vie de chacun des parfums de Limonade.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Limonades** | **Phase du cycle de vie** |
| Nature | **Maturité** |
| Citron | **Maturité** |
| Violette | **Croissance** |
| Pomme | **Déclin** |

1. **Concluez sur la tendance du marché des limonades en France.**

**Application n°2 – Analyse des ventes d’une agence de voyage**

Une agence de voyage commercialise 3 types de service en France et à destination de l’étranger. Elle vous communique la répartition des chiffres d’affaires réalisés pour l’année 2010 en euros.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **France** | **Europe1** | **Amérique** | **Asie** | **Total** |
| **Vols + locations de voitures** | 1 000 000 | 2 000 000 | 5 000 000 | 130 000 | **8 130 000** |
| **Vols + séjours** | 2 000 000 | 2 500 000 | 800 000 | 3 000 000 | **8 300 000** |
| **Vols + circuits organisés** | 2 500 000 | 1 800 000 | 3 500 000 | 2 100 000 | **9 900 000** |
| **Total** | **5 500 000** | **6 300 000** | **9 300 000** | **5 230 000** | **26 330 000** |

1France non incluse

1. **Calculez la part de chaque type de produit par rapport au chiffre d’affaires total de l’entreprise. Tracez un tableau et justifiez vos calculs.**
2. **Déterminez en pourcentage la répartition géographique des ventes de l’entreprise dans un tableau et justifiez vos calculs.**
3. **Commentez vos résultats.**

**Application n°3 – Calcul des parts de marché de grandes surfaces de bricolage**

Le marché du bricolage de Hyères (83) est partagé par plusieurs GSB concurrentes. Les quantités vendues et les chiffres d’affaires réalisés par ces unités commerciales sont les suivants :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Unités commerciales** | **Nombre d’unités vendues**  **(en milliers)** | **Chiffre d’affaires réalisé**  **(en million d’euros)** |
| Leroy Merlin | 200 | 6 |
| Brico Dépôt | 400 | 4.5 |
| Rayons bricolage des GSA1 | 300 | 1.5 |
| Castorama | 100 | 3 |
| Ventes totales du marché | 1 000 | 15 |

1Grande Surface Alimentaire

1. **Calculez les parts de marché en volume et en valeur. Justifiez vos calculs.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Part de marché en volume**  Il s’agit de la part de marché en fonction des quantités vendues par rapport à celles de tous les concurrents.  On calcule l’évolution de la part de marché pour déterminer la performance d’une entreprise sur le marché | × 100 |
| **Part de marché en valeur**  Cette part de marché intègre les effets des prix et des marges. | × 100 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Unités commerciales** | **Nombre d’unités vendues** | **Parts de marché en volume** | **Chiffre d’affaires** | **Parts de marché en valeur** |
| **Leroy Merlin** | 200 | **20 %** | 6 | **40 %** |
| **Brico Dépôt** | 400 | **40 %** | 4.5 | **30 %** |
| **Rayons bricolage des GSA** | 300 | **30 %** | 1.5 | **10 %** |
| **Castorama** | 100 | **10 %** | 3 | **20 %** |
| **Ventes du marché** | 1 000 | **100 %** | 15 | **100 %** |

1. **Qui a la part de marché la plus élevée ?**
2. **Qu’est-ce qui peut expliquer les différences de parts de marché selon qu’elles soient calculées en volume ou en valeur ?**