

| | |
|-----------------------|---|
| Terminale STMG | Thème 1 : Mercatique et consommateur |
| Mercatique | <i>Chapitre 2 : La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ?</i> |
| | Séquence 3 : Les composantes du marché, l'analyse de l'offre et des concurrents |

La situation :

L'entreprise « les cheminées de Trie-Château » situé à 2km de Gisors commercialise et installe des cheminées et des poêles à bois depuis plus de 15 ans. Ce marché est très dynamique car le bois est moins cher que d'autres sources de chauffage. De plus, beaucoup de consommateurs aiment la coté traditionnel et



Les Cheminées de Trie Château

agréable de la flamme dans le poêle ou la cheminée. Les prestations sont variées : **conception et réalisation de modèles spécifiques**, transformation d'une cheminée **foyer ouvert en foyer fermé**, la **mise en conformité** d'installations anciennes, la distribution d'air chaud, la mise en service de tout produit, posé par nos soins. La vente de poêles ou cheminées sans pose est très marginale (moins de 1% des ventes). Même si les clients renouvellent très rarement ce type d'achat, on peut considérer qu'ils sont très fidèles dans le sens où ils encouragent leurs amis / famille à utiliser « les cheminées de Trie-château » pour leurs projets. En effet avant de se lancer sur le marché des cheminés, le responsable de cette petite entreprise a fait des études d'architecture. L'entreprise bénéficie d'une image de spécialiste, haut de gamme et design.

Voir le site : <http://www.cheminees-trie-chateau.fr/> :

1. Les différents types de concurrence

Document 1 : La concurrence directe et indirecte

La concurrence directe : concurrence de produits similaires et facilement substituables à ceux que propose une entreprise ;
 La concurrence indirecte : concurrence de produits substituables à ceux que propose une entreprise, mais qui relèvent d'un autre segment de produits ou de service.

Document 2 : La concurrence de la zone de chalandise

| Entreprises | Activité |
|-------------------------------|--|
| Les cheminées de Trie Château | Installation et pose de poêles / cheminées |
| Art et Cheminée à Gisors | Installation et pose de poêles / cheminées |
| Flammes Passion à Gisors | Installation et pose de poêles / cheminées |
| Monsieur Bricolage à Gisors | Magasin de bricolage : vente de poêle à bois de septembre à décembre |
| RAMON'EURE à Bernouville | Installation et pose de poêles / cheminées |
| DOMENERGIES à Trie- Château | Installation et pose de poêles à granules (uniquement) |
| Bricomarché à Gisors | Magasin de bricolage : vente de poêle à bois de septembre à décembre |

➤ **Travail 1 : Relevez vos concurrents directs et indirects. Justifiez vos choix.**

2. Les positions concurrentielles et la structure de la concurrence sur le marché

Document 3 : La mesure de la position concurrentielle par les parts de marchés

La **part de marché** d'un produit, d'un service, ou d'une entreprise est la comparaison entre le chiffre d'affaires (valeur) ou le nombre d'unités vendues (volume) par rapport au même critère pour l'ensemble des entreprises présentes sur un marché donné. Elle s'exprime en % .

Calcul : PDM en valeur de l'entreprise A = CA de l'entreprise A / CA global de toute les entreprises x100

Document 4 : La mesure de la position concurrentielle par la mesure de la notoriété

Pour connaître la Notoriété de leur marque les entreprises font régulièrement des études. Elles interrogent des consommateurs afin de connaître :

La notoriété spontanée de la marque : Aucune liste n'est suggérée au consommateur. Les réponses correspondent aux marques ou enseignes présentes à l'esprit. La première réponse spontanée constitue ce que l'on appelle le top of mind (la plus présente à l'esprit).

La notoriété assistée : On soumet à l'interviewé la liste des marques ou enseignes de l'univers considéré.

Document 5 : Les positions concurrentielles

Le leader : l'entreprise qui détient la plus forte PDM. Il veut garder l'initiative. Il lance des nouveautés.

Le challenger : Juste derrière le leader, il cherche à le rattraper, il veut accroître ses PDM. Il est dynamique.

Le suiveur : Souvent, il "imite" le leader en faisant moins cher. Il cherche à consolider ses PDM.

Le spécialiste : il est souvent trop petit pour attaquer le leader. Il se concentre sur un marché de niche : produits hyper spécialisés et/ou très chers.

Document 6 : La structure de la concurrence

Elle est liée au nombre d'entreprises concurrentes sur le marché

| Structure du marché | Définition | Exemples Français |
|---|--|---|
| Offre atomisée | De très nombreux offreurs détiennent chacun une petite PDM | 3000 PME opèrent sur le marché de la piscine. |
| Offre concurrentielle | De nombreux offreurs détiennent des PDM comparables | 11 groupes se partagent 97,5% du marché automobile. |
| Offre oligopolistique | Les offreurs sont peu nombreux. Quelques-uns dominent le marché. | En 2014, les 4 opérateurs (orange, SFR et Bouygues télécom) se partageaient 99% du marché de la téléphonie mobile |
| Offre monopolistique (les règles européennes visent à empêcher cette structure) | Un seul offreur sur le marché | La SNCF |

Document 7 : Les ventes des entreprises d'installation et pose de poêles et cheminées de la zone de chalandise

| Entreprises | Quantité vendues | Chiffre d'affaire HT réalisé | Résultat Net |
|-------------------------------|------------------|------------------------------|--------------|
| Les cheminées de Trie Château | 22 | 330 000 € | 43 000 € |
| Art et Cheminée à Gisors | 180 | 1 206 000 € | 64 000 € |
| Flammes Passion à Gisors | 160 | 1 040 000 € | 66 000 € |
| RAMON'EURE à Bernouville | 20 | 168 000 € | 14 000 € |
| DOMENERGIES à Trie- Château | 75 | 390 000 € | 33 000 € |

Document 8 : Enquête réalisée dans la rue, en face à face, à Gisors auprès de 102 personnes (échantillon accidentel) sur la notoriété des entreprises d'installation et pose de poêles et cheminées de la zone de chalandise.

Question 1 : Quelles sont les entreprises de pose de poêles et cheminées que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?

| Entreprise | Nombre de fois que l'entreprise a été citée | En % |
|---------------------------------|---|------|
| Les cheminées de Trie Château | 11 | |
| Art et Cheminée à Gisors | 29 | |
| Flammes Passion à Gisors | 32 | |
| RAMON'EURE à Bernouville | 1 | |
| DOMENERGIES à Trie- Château | 15 | |
| Total des personnes interrogées | | |

Question 2 : Je vais vous citer des noms d'entreprises de pose de poêles et cheminées. Pouvez-vous me dire si vous les connaissez, ne serait-ce que de nom ?

| Entreprise | Nombre de fois que l'entreprise a été citée | En % |
|---------------------------------|---|------|
| Les cheminées de Trie Château | 48 | |
| Art et Cheminée à Gisors | 82 | |
| Flammes Passion à Gisors | 78 | |
| RAMON'EURE à Bernouville | 12 | |
| DOMENERGIES à Trie- Château | 69 | |
| Total des personnes interrogées | | |

Document 9 : Les indicateurs de performances financières

Ils permettent d'apprécier le niveau des prix, des marges ainsi que la rentabilité des entreprises. Les indicateurs varient en fonction du type d'entreprise (industrie ou commerce par exemple). On utilise habituellement :

Le **résultat net** (ou bénéfice net au sens fiscal) : d'une entreprise sur une période donnée (par exemple : une année, un exercice) est égal à la différence entre, d'une part, les produits et, d'autre part, les charges (d'exploitation, financières et exceptionnelles) engagées sur la même période.

La marge commerciale ou marge brute (entreprise commerciale) : la différence entre le prix de vente HT et le coût d'achat des marchandises vendues.

La marge nette : La différence entre le prix de vente HT et le coût de revient. La marge nette correspond au profit réalisé sur un produit.

On peut exprimer les marges ou résultats en % :

- . Taux de profitabilité : $\text{Résultat net} / \text{CAHT}$
- . Taux de marge nette : $\text{Marge nette} / \text{PVHT}$
- . Taux de marge brute : $\text{Marge brute} / \text{coût d'achat}$
- . Taux de marque : $\text{Marge brute} / \text{PVHT}$

➤ **Travail 2 : Vous qualifiez la structure du marché local de l'installation et pose de poêles et cheminées. Justifiez.**

➤ **Travail 3 :**

1. A partir des documents 3 et 7, Calculez les PDM en volume et en valeur des entreprises d'installation et pose de poêles et cheminées de la zone de chalandise. Commentez les résultats.
2. Comment expliquez-vous que les PDM en volume et en valeur soient différentes
3. Vous calculez les taux de profitabilité des entreprises citées. Vous commentez vos résultats.

➤ **Travail 4 : A partir des documents 4 et 8, vous complétez les cases grisées du document 8 et vous commentez les résultats obtenus par « les cheminées de Trie-château ».**

➤ **Travail 5 : A partir des documents 7 et 9, vous calculez les taux de profitabilité de chaque entreprise. Vous commentez.**

➤ **Travail 6 : A partir des travaux 3, 4 et 5, vous déterminez et justifiez les positions concurrentielle de : Les cheminées de Trie Château, Art et Cheminée à Gisors et Flammes Passion à Gisors.**