

# Accompagnement personnalisé Mercatique

## Savoir lire un énoncé

### Objectif

---

Lors d'une étude de cas ou d'une question de gestion, la lecture et la compréhension de l'énoncé sont essentielles pour bien construire votre réponse. Le but de ce travail est donc d'établir une méthode rigoureuse vous permettant d'être le plus efficace possible lors des différentes épreuves du bac mais aussi post-bac.

En effet, beaucoup d'erreurs proviennent d'une mauvaise lecture du travail à faire.

### Etape 1 : les verbes directeurs

---

Toutes les questions commencent par un verbe directeur. Celui-ci est très important car il indique ce que l'on attend de vous. Nous travaillerons petit à petit ces différents verbes que nous utiliserons ensuite dans un contexte précis. Ces verbes reviennent dans quasiment toutes les matières d'économie-gestion. Pour chaque verbe, donnez une définition, cherchez un synonyme (s'il existe) et expliquez ce qu'il implique (calcul, connaissances théoriques...). Nous commençons avec les verbes les plus « basiques ».

**Repérer :**

**Identifier :**

**Relever :**

**Présenter :**

**Mettre en évidence :**

**Qualifier :**

**Calculer :**

## Travail groupe A

### Travail à faire

---

Dans un premier temps, vous lisez les questions et surlignez les mots-clés. Vous devez maîtriser les questions avant de lire le document.

Dans un second temps, vous lisez le document en surlignant :

- Les mots clés et ceux que vous ne connaissez pas
- Les chiffres (sans exception)

Pour vous aider, je vous donne en dernière page un lexique avec les principaux termes mercatiques du document.

Essayer aussi de trouver la présentation la plus pertinente pour :

- Rendre votre réponse plus précise, plus claire et plus facile à lire
- Vous faire gagner du temps

Question 1 : Repérez les principales initiatives des consommateurs pour réaliser des économies sur leur budget rentrée scolaire.

Question 2 : Qualifiez ainsi le comportement consommateurs français lors de leurs achats pour la rentrée scolaire.

Question 3 : Relevez les différents budgets fournitures moyens des français estimés par des études pour cette rentrée 2013.

Question 4 : Identifiez les postes budgétaires parmi l'ensemble des fournitures scolaires qui subissent les plus fortes hausses de prix.

Question 5 : Mettez en évidence les différences de prix d'un panier moyen de fournitures scolaires selon le point de vente calculées par l'UFC Que Choisir. Classez votre réponse selon le type de point de vente.

Question 6 : Présentez les facteurs qui expliquent la faible performance des rayons papeterie des GSA en juillet 2013.

Question 7 : Calculez le taux d'évolution du budget rentrée entre 2013 et 2012 estimé par Famille de France.

## **Document : Rentrée scolaire, les familles se serrent la ceinture**

**Plus que jamais, les ménages n'achètent plus à l'aveuglette. Malgré cela, leur budget rentrée des classes augmente. Conséquence, ils multiplient les initiatives pour faire des économies : recyclage, préférence pour les articles premiers prix, attente des promotions.**

Toutes les études s'accordent à le dire : les Français veulent faire des économies pour cette rentrée scolaire. Une enquête montre une tendance à la chasse aux économies. 88% des personnes interrogées se serrent la ceinture, 50% achètent des articles premier prix et 38% recyclent les fournitures de l'année précédente. Les consommateurs déclarent donc très largement vouloir tout faire pour baisser la facture, même si, dans les faits, cela paraît bien difficile. En effet, les différentes études parues entre juillet et début septembre, montrent une hausse du panier moyen dévolu aux fournitures.

Quatre études l'affirment : la tendance à la hausse se dégage.

- . UFC, qui ne calcule que les fournitures scolaires (hors cartable et vêtements de sport) achetés en GSA (hyper et super), estime le budget entre 98 € (pour la primaire) et 136 € (pour le collège), soit une hausse de 0,6%.

- . Famille de France, qui ajoute aux fournitures le cartable et les vêtements de sports, évalue le budget à 185 € (contre 182€ en 2012). L'association fait un focus sur la papeterie dont les prix sont en nette progression : 8,2% en un an.

- . ING Direct, qui complète les fournitures avec les activités extrascolaires et les vêtements de la rentrée, estime qu'un enfant scolarisé en 2013 coûte entre 415 € et 495 €.

- . Quant à GfK, l'institut estime, lui, que le coût des fournitures scolaires a augmenté en moyenne de 4,7% en un an, avec une plus forte hausse des articles d'écriture (+5,2%) et des articles de classement (+7,6%).

### **Des prix qui passent du simple au double**

Effet majeur de cette tendance à l'augmentation des prix, les ménages se rendent plus facilement dans les grandes surfaces alimentaires pour s'approvisionner en fourniture scolaire, abandonnant les commerces de proximité.

Bien sûr, de grandes disparités existent aussi entre les enseignes. Pour l'UFC Que Choisir :

- . E. Leclerc est clairement le moins cher des hypers, et Intermarché et Cora sont à l'inverse les plus chers. Sur le même panier type, un écart de 30€ environ sépare le plus économique des plus onéreux.

- . Dans les supers, Super U est le moins cher et Monoprix, sans vraie surprise, finit bon dernier du classement. L'écart entre les deux atteint jusqu'à 60 € pour un collégien.

L'UFC note également que les supers sont 15 à 20 € plus chers que les hypers. Au final, avec le même caddie, une famille dépense deux fois plus chez Monoprix (138 €) que Leclerc (77 €).

Cependant, malgré l'afflux de consommateurs en grande surface, les premiers résultats de leur rayon papeterie semblent moroses. Sur juillet 2013, GfK estime que le chiffre d'affaires de cet univers en GSA a baissé de 10% par rapport au même mois de 2012.

L'institut apporte deux explications à ce phénomène. D'abord, les enseignes n'ont installé leurs rayons papeterie que très tardivement, suite à une météo pluvieuse qui a décalé la période des achats estivaux. Ensuite, les consommateurs ont reporté leurs achats de rentrée sur fin août afin de profiter des promotions. Car les promos sont aussi un moyen pour les ménages de faire quelques économies.

*Source : e-marketing.f*

## Travail groupe B

### Travail à faire

---

Dans un premier temps, vous lisez les questions et surlignez les mots-clés. Vous devez maîtriser les questions avant de lire le document.

Dans un second temps, vous lisez le document en surlignant :

- Les mots clés et ceux que vous ne connaissez pas
- Les chiffres (sans exception)

Pour vous aider, je vous donne en dernière page un lexique avec les principaux termes mercatiques du document.

Essayer aussi de trouver la présentation la plus pertinente pour :

- Rendre votre réponse plus précise, plus claire et plus facile à lire
- Vous faire gagner du temps

Question 1 : Repérez les principales initiatives des consommateurs pour réaliser des économies sur leur budget rentrée scolaire.

Question 2 : Relevez les différents budgets fournitures moyens des français estimés par des études pour cette rentrée 2013.

Question 3 : Identifiez les postes budgétaires parmi l'ensemble des fournitures scolaires qui subissent les plus fortes hausses de prix.

Question 4 : Mettez en évidence les facteurs explicatifs du comportement des consommateurs de fournitures scolaires.

Question 5 : Mettez en évidence les différences de prix d'un panier moyen de fournitures scolaires mises en avant par l'UFC Que Choisir. Classez votre réponse selon le type de point de vente.

Question 6 : Présentez les facteurs qui expliquent la faible performance des rayons papeterie des GSA en juillet 2013.

Question 7 : Qualifiez la stratégie de prix de Leclerc (avec vos propres mots, car nous l'avons pas encore vu en cours).

Question 8 : Calculez le taux d'évolution du budget rentrée entre 2013 et 2012 estimé par Famille de France.

## **Document : Rentrée scolaire, les familles se serrent la ceinture**

**Plus que jamais, les ménages n'achètent plus à l'aveuglette. Malgré cela, leur budget rentrée des classes augmente. Conséquence, ils multiplient les initiatives pour faire des économies : recyclage, préférence pour les articles premiers prix, attente des promotions.**

Toutes les études s'accordent à le dire : les Français veulent faire des économies pour cette rentrée scolaire. Une enquête d'ADL Partner, réalisée auprès de 1823 Internautes via son site Hellodeal.com, montre une tendance à la chasse aux économies. 88% des personnes interrogées se serrent la ceinture, 50% achètent des articles premier prix et 38% recyclent les fournitures de l'année précédente. Les consommateurs déclarent donc très largement vouloir tout faire pour baisser la facture, même si, dans les faits, cela paraît bien difficile. En effet, les différentes études parues entre juillet et début septembre, montrent une hausse du panier moyen dévolu aux fournitures.

Quatre études l'affirment : le baromètre annuel de l'association Famille de France, l'observatoire ING Direct, une analyse de GfK Consumer Choices et le rapport annuel de l'UFC-Que Choisir. Difficilement comparables, car leur périmètre respectif étant différent, la tendance à la hausse se dégage cependant. UFC, qui ne calcule que les fournitures scolaires (hors cartable et vêtements de sport) achetés en GSA (hyper et super), estime le budget entre 98 € (pour la primaire) et 136 € (pour le collège), soit une hausse de 0,6%. Famille de France, qui ajoute aux fournitures le cartable et les vêtements de sports, évalue le budget à 185 € (contre 182€ en 2012). L'association fait un focus sur la papeterie dont les prix sont en nette progression : 8,2% en un an. ING Direct, qui complète les fournitures avec les activités extrascolaires et les vêtements de la rentrée, estime qu'un enfant scolarisé en 2013 coûte entre 415 € et 495 €. Quant à GfK, l'institut estime, lui, que le coût des fournitures scolaires a augmenté en moyenne 4,7% en un an, avec une plus forte hausse des articles d'écriture (+5,2%) et des articles de classement (+7,6%).

### **Des prix qui passent du simple au double**

Effet majeur de cette tendance à l'augmentation des prix, les ménages se rendent plus facilement dans les grandes surfaces alimentaires pour s'approvisionner en fourniture scolaire, abandonnant les commerces de proximité. Bien sûr, de grandes disparités existent aussi entre les enseignes. Pour l'UFC Que Choisir, E. Leclerc est clairement le moins cher des hypers, et Intermarché et Cora sont à l'inverse les plus chers. Sur le même panier type, un écart de 30€ environ sépare le plus économique des plus onéreux. Dans les supers, Super U est le moins cher et Monoprix, sans vraie surprise, finit bon dernier du classement. L'écart entre les deux atteint jusqu'à 60 € pour un collégien. L'UFC note également que les supers sont 15 à 20 € plus chers que les hypers. Au final, avec le même caddie, une famille dépense deux fois plus chez Monoprix (138 €) que Leclerc (77 €). Mais, au-delà du prix facial plus faible, l'association de consommateur explique que cet écart est partiellement dû à l'absence presque générale de grande marque dans les rayons papeterie de Leclerc. 14% d'entre elles seulement y sont présentes, contre 46% chez Monoprix (qui dispose pourtant d'un espace plus petit).

Cependant, malgré l'afflux de consommateurs en grande surface, les premiers résultats de leur rayon papeterie semblent moroses. Sur juillet 2013, GfK Consumer Choices estime que le chiffre d'affaires de cet univers en GSA a baissé de 10% et les actes d'achat de 13% par rapport au même mois de 2012. L'institut apporte deux explications à ce phénomène. D'abord, les enseignes n'ont installé leurs rayons papeterie que très tardivement, suite à une météo pluvieuse qui a décalé la période des achats estivaux. Ensuite, les consommateurs ont reporté leurs achats de rentrée sur fin août afin de profiter des promotions. Car les promos sont aussi un moyen pour les ménages de faire quelques économies.

*Source : e-marketing.fr*

## Lexique

**Périmètre** : ici, objet d'études, produits pris en considération pour l'étude

**Disparité** : différence, inégalité.

**Hypers** : hypermarchés

**Supers** : Supermarchés

**Panier type** : regroupe l'ensemble des produits et services consommés par un foyer. Groupe de produits identiques achetés par des consommateurs-fictifs pour faire des comparaisons.

**Focus** : zoom. Faire un focus sur : s'attarder sur

**Prix facial** : prix affiché et payé sans tenir compte de la qualité/des marques des produits ici.

**Moroses** : tristes ; Des ventes moroses : faibles, sans dynamisme.

**GSA** : Grande Surface Alimentaire (Carrefour, Auchan...).