

Set d'exercice

Introduction

- 1) Avez-vous déjà constaté des prix différents pour le même produit ou service? Si oui, cochez la case correspondant au produit ou au service en question et complétez la liste si nécessaire.

- Billets d'avion ou de train
- Billets pour des événements sportifs ou culturels
- Chambres d'hôtel
- Primes d'assurance
- Produits cosmétiques
- _____

- 2) Évaluez les affirmations suivantes.

- a) La discrimination par les prix ne concerne qu'une toute petite partie de la population.



Remarque: faites une croix sur l'échelle de graduation, par exemple en utilisant la [fonction Dessiner de Microsoft Edge](#) ou l'[éditeur de PDF en ligne](#).

Justifiez brièvement votre réponse.

- b) La discrimination par les prix gagne en importance à cause de la numérisation, car les entreprises ont davantage de données sur leur clientèle.



Simulation Web

- 3) a) Dans quelles parties de la simulation la cliente et le client bénéficient-ils toujours des mêmes prix? Justifiez brièvement votre réponse.

- b) Sur le marché, on opère une distinction entre les clientes et clients en fonction de plusieurs facteurs, tels que les caractéristiques personnelles, le lieu, l'heure ou la quantité achetée. Les entreprises exploitent ces différences pour répartir ces personnes dans des groupes de clientèle. Quels facteurs de discrimination par les prix ont été utilisés, et dans quelles parties de la simulation? Notez vos observations dans le tableau ci-après.

Manches	Facteur de discrimination par les prix
Parties 1 à 5	_____
Parties 6 à 10	_____
Parties 11 à 15	_____
Parties 16 à 20	_____

- c) Dans quelles parties de la simulation les bénéfices réalisés lors de la vente ont-ils été les plus élevés? Justifiez brièvement votre réponse.

- d) Dans quelles parties les bénéfices réalisés lors de la vente ont-ils été les plus faibles? Justifiez brièvement votre réponse.

- 4) Dans le tableau suivant, indiquez les avantages et les inconvénients de la simulation pour les trois acteurs du marché (productrice/producteur, client «Android», cliente «iOS»).

	Avantages	Inconvénients
Productrice/producteur	_____ _____	_____ _____
Client «Android» (= pouvoir d'achat plus faible)	_____ _____	_____ _____
Cliente «iOS» (= pouvoir d'achat plus élevé)	_____ _____	_____ _____

Approfondissement

- 5) La propension individuelle à payer joue un rôle majeur pour adapter les prix aux préférences personnelles et aux possibilités financières des clientes et clients. L'exercice 5 expose précisément l'importance de cette propension et son lien avec le surplus du consommateur.
- a) Parmi les deux scénarios suivants, dans quel cas accepteriez-vous de payer davantage pour une bouteille d'eau? Justifiez brièvement votre réponse.

Scénario 1: par une chaude journée d'été, vous décidez de faire du sport en extérieur pendant votre pause de midi. Vous avez malheureusement oublié votre gourde et avez rapidement très soif. Vous allez au supermarché le plus proche pour acheter une bouteille d'eau au prix de 1,50 franc.

Scénario 2: après l'école, vous allez rapidement au supermarché pour prendre de quoi grignoter. En vous rendant à la caisse, vous décidez spontanément d'acheter une bouteille d'eau au prix de 1,50 franc.

- b) Lisez la partie «Effets de la discrimination par les prix» dans l'[article spécialisé](#). Commencez par consulter l'exercice 5c. Vous saurez ainsi à quoi faire attention lors de la lecture.
- c) Déterminez si les affirmations suivantes sont correctes. Lorsqu'une affirmation est fausse, justifiez brièvement votre réponse. Les affirmations se réfèrent aux scénarios de l'exercice 5a.

Dans le scénario 1, votre propension à payer est faible, car vous avez très soif.	Vrai	Faux
---	------	------

Dans le scénario 2, votre propension à payer est faible, car vous n'avez pas vraiment besoin d'eau.	Vrai	Faux
---	------	------

Dans le scénario 1, le surplus du consommateur est supérieur à celui du scénario 2, car votre propension à payer est plus élevée.	Vrai	Faux
---	------	------

Dans le scénario 2, le surplus du consommateur est supérieur à celui du scénario 1, car vous achetez la bouteille d'eau sans avoir vraiment soif. Le supermarché peut vendre un produit supplémentaire sans qu'il existe un besoin réel.	Vrai	Faux
--	------	------

Le surplus du consommateur a un niveau similaire dans les deux scénarios, car le supermarché réalise le même bénéfice dans les deux cas.	Vrai	Faux
--	------	------

- 6) a) Lisez la partie «Formes de discrimination par les prix» dans l'article spécialisé. Commencez par lire l'exercice 6b. Vous saurez ainsi à quoi faire attention lors de la lecture.
- b) Dans les exemples suivants, déterminez les facteurs utilisés par les entreprises pour différencier leur clientèle. Justifiez brièvement votre réponse.

	Temps	Lieu	Caractéristiques personnelles	Quantité
Exemple 1: Un opérateur de téléphonie mobile lance un abonnement à tarif réduit pour les jeunes de moins de 27 ans.	—	—	—	—
Exemple 2: Une agence de voyage accorde un rabais de 10% pour la réservation précoce d'un vol en avion lorsque les vacances sont réservées au moins 6 mois à l'avance.	—	—	—	—
Exemple 3: Au cinéma, une place est offerte pour l'achat d'au moins trois places.	—	—	—	—

Justification Exemple 1: _____

Justification Exemple 2: _____

Justification Exemple 3: _____

- c) Pour les exemples 1 à 3 de l'exercice 6b, indiquez de quelle forme de discrimination par les prix il s'agit et justifiez brièvement.

Exemple 1: _____

Exemple 2: _____

Exemple 3: _____

- 7) a) Lisez les parties «Brève explication de la discrimination par les prix» et «Conditions du marché» dans l'[article spécialisé](#). Commencez par consulter l'exercice 7b. Vous saurez ainsi à quoi faire attention lors de la lecture.
- b) Lisez les affirmations suivantes et cochez celles qui sont correctes. Lorsqu'une affirmation est fautive, justifiez brièvement votre réponse.

La discrimination par les prix signifie que différentes entreprises proposent les mêmes produits à des prix différents.

La discrimination par les prix s'explique par le fait qu'un seul et même produit peut avoir des coûts de fabrication différents.

La discrimination par les prix permet à une entreprise d'accroître son bénéfice.

La discrimination par les prix se traduit par des prix plus élevés pour l'ensemble des consommatrices et consommateurs.

La discrimination par les prix permet aux entreprises d'approvisionner des groupes de clientèle dont la propension à payer était jusqu'à présent inférieure au prix unique.

Plus un marché compte de productrices et de producteurs, plus la discrimination par les prix fonctionne bien.

- 8) Lisez les questions à choix multiples ci-après pour savoir à quoi faire attention dans la vidéo.
Regardez ensuite la vidéo ci-après sur les prix dynamiques des forfaits de ski:

Direkte URL des Videos: <https://www.nanoo.tv/link/v/jyrWEGdB>

QR-Code des Videos:



Cochez chaque fois les réponses qui conviennent. Remarque: plusieurs réponses peuvent être correctes dans chaque cas.

- a) Quelles affirmations concernant la numérisation et les prix des forfaits de ski sont correctes?
- Grâce à la numérisation, les prix dynamiques jouent un rôle de plus en plus important.
 - Grâce à la numérisation, les prix dynamiques perdent en importance.
 - Les algorithmes contribuent à la fixation dynamique des prix.
 - Les algorithmes compliquent la fixation dynamique des prix.
 - Les prix dynamiques permettent de vendre davantage de billets en ligne. Les domaines skiables peuvent alors économiser sur les coûts de personnel (par exemple aux remontées mécaniques).
- b) Indiquez les facteurs pris en compte pour fixer dynamiquement les prix dans les domaines skiables.
- Jour calendaire
 - Fréquentation
 - Genre
 - Âge
 - Prévisions météorologiques
 - Nationalité
 - Moment de la réservation
- c) Quelles critiques émettent Stefan Meierhans (surveillant des prix) et Pascal Schär (directeur marketing Andermatt – Sedrun – Disentis)?
- Le nouveau système de prix dynamiques est contraire à la protection des données.
 - Le nouveau système de prix dynamiques est opaque.
 - Le principal objectif est de fournir davantage d'informations à la clientèle.
 - Le principal objectif est d'optimiser les recettes.
- d) Selon vous, quels sont les avantages des prix dynamiques?
- La clientèle peut bénéficier de différents avantages tarifaires grâce au nouveau système de prix.
 - Le système est plus équitable, car les personnes qui skient en semaine ont tendance à payer leur forfait moins cher.
 - Le système est plus équitable, car les familles paient leur forfait moins cher.
 - Le système est plus équitable, car les personnes qui skient le week-end ont tendance à payer leur forfait moins cher.
 - La clientèle continue de bénéficier d'avantages tarifaires constants, qui sont fixés à l'avance.

e) Quelles affirmations sur les conséquences des prix dynamiques des forfaits de ski sont correctes?

- Le nombre de skieuses et skieurs est mieux réparti entre la haute et la basse saison.
- Les prix dynamiques apportent des avantages financiers aux domaines skiables.
- En moyenne, les skieuses et skieurs paient leur forfait plus cher.
- Les personnes qui réservent spontanément à cause de beau temps paient les prix les plus élevés.
- Le prix d'un forfait par beau temps est toujours inférieur à celui d'un forfait par mauvais temps.

f) Exercice supplémentaire pour les élèves ayant des connaissances en comptabilité analytique:

Complétez le texte suivant consacré à la contribution de couverture, aux frais fixes et aux prix dynamiques.

Remarque: vous n'avez pas besoin d'utiliser tous les termes et certains peuvent être employés plusieurs fois.

basse, faibles, élevée, élevés, aucun, coûts variables, coûts fixes, baisse des coûts, plus importante, impôts, chiffre d'affaires, bénéfice

Des entreprises comme les remontées mécaniques ou les compagnies aériennes ont des coûts variables _____ et des coûts fixes _____. Par conséquent, leur contribution de couverture doit être _____.

La contribution de couverture désigne le montant résiduel destiné à couvrir les _____ et à générer un _____ une fois que les _____ ont été déduits du _____. Ce montant varie selon la fréquentation et les conditions du marché.

La fixation dynamique des prix permet aux entreprises d'adapter les prix à la demande actuelle et aux conditions du marché. Par exemple, lorsque celle-ci est _____, les entreprises augmentent les prix pour accroître leur contribution de couverture. De même, elles baissent les prix lorsque la demande est plus _____. Des prix bas se traduisent certes par une contribution de couverture moindre, mais les recettes participent néanmoins au financement des coûts fixes élevés.

L'adaptation subtile des prix et les faibles coûts variables pour chaque produit supplémentaire vendu contribuent à financer les coûts fixes élevés.

9) Une entreprise vend des t-shirts à trois personnes, qui achètent uniquement lorsque le prix est inférieur à leur propension individuelle à payer:

		Propension à payer pour un t-shirt
Client 1	21 ans, étudiant	15 francs
Cliente 2	45 ans, employée dans une société d'assurances	30 francs
Client 3	55 ans, professeure dans une université	45 francs

Les coûts de fabrication s'établissent à 5 francs par t-shirt.

- a) Quel prix unique doit pratiquer l'entreprise pour réaliser le bénéfice le plus élevé possible? Déterminez également le nombre de t-shirts qu'elle vend à ce prix.

- b) L'entreprise souhaite appliquer la discrimination parfaite par les prix et fixer un prix spécifique à chaque cliente ou client. Indiquez le prix permettant à l'entreprise d'optimiser son bénéfice. Déterminez également le nombre de t-shirts qu'elle vend aux prix fixés.

- c) Indiquez si l'affirmation suivante est vraie ou fausse. Justifiez votre réponse.

«En théorie, chaque entreprise peut appliquer de nos jours une discrimination par les prix.»