

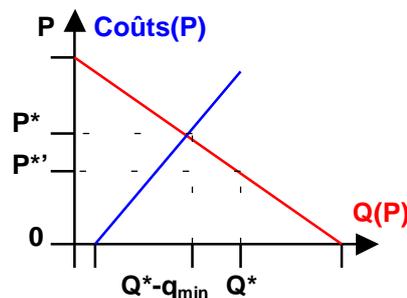
	<b>Up ! Enhanced Management</b>	Première édition
	<b>5 La stratégie d'entreprise</b> 5.6 La micro-économie, support de la stratégie	<a href="http://www.up-comp.com">http://www.up-comp.com</a> <a href="mailto:contact@up-comp.com">contact@up-comp.com</a>

Si les coûts de l'entreprise peuvent être modélisés par :

$$C = c + d * Q$$

Alors il existe un prix  $P^{**}$  en dessous duquel l'entreprise ne peut proposer son offre.

Un concurrent n'est pas intéressé à proposer une seconde offre si la quantité produite par l'entreprise est supérieure ou égale à  $Q - q_{min}$  puisque cela mènerait à un prix tel qu'aucune des deux entreprises ne pourrait recouvrir ses coûts fixes. Cette constatation permet à l'entreprise de disposer d'une marge de manœuvre afin d'augmenter les prix dans la limite d'une réduction de la quantité demandée égale à  $q_{min}$ .



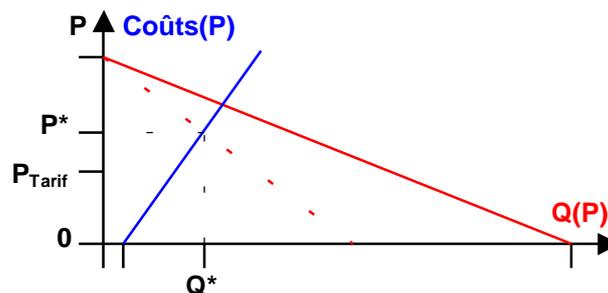
Graphique 170 – La barrière à l'entrée

#### 5.6.5.4 La politique Distribution

Nous supposons que l'entreprise commercialise une offre  $O$  via des distributeurs avec lesquels elle cherche à écouler une certaine quantité  $Q$  correspondant à son optimum économique. Son prix tarif de vente  $P_{Tarif}$  de  $O$  à ses distributeurs doit être calculé à partir :

- Du prix  $P$  permettant d'écouler la quantité  $Q$ .
- De la marge escomptée  $M$  par les distributeurs.

$$P_{Tarif} = \text{Prix de vente optimal} - \text{Marge de distribution}$$



Graphique 171 – La sous-traitance

L'entreprise doit néanmoins s'assurer que son distributeur pratiquera bien des prix de revente voisins de  $P^*$ . La méthode la plus classique consiste alors à assurer au distributeur un volume de ventes minimal théorique caractérisé par une zone de chalandise où il possède l'exclusivité pour l'offre  $O$  dans le contrat de distribution.

#### 5.6.6 La finance et la micro-économie

Un individu disposant d'un certain revenu a plusieurs possibilités :

- Consommer une partie de son revenu.
- Epargner l'autre partie de son revenu.