Chapitre 05 — Mise en application

Politique de Prix et Promotions Simples

3 dossiers · 12 questions

Dossier 1 · Fixation du prix & stratégie tarifaire

CosmétiNature — Fixer le prix d'une gamme cosmétique bio



CosmétiNature doit fixer la politique de prix de sa nouvelle gamme « Visage » pour le lancement de janvier.

■ Document 1 — Données produit & marché CosmétiNature

Gamme « Visage » — Crème hydratante bio 50 ml

- Coût de revient unitaire : 8,20 €
- Prix concurrents bio haut de gamme : 22 € à 38 €
- Prix psychologique : minimum acceptable 14 € — maximum 34 €
- Objectif marge brute : minimum 55 %
- Canal boutique (60 %) : commission distributeur 25 % sur prix de vente conseillé

■ Questions

Question 1

Calculez le prix de vente minimum pour atteindre l'objectif de marge brute de 55 %. Ce prix est-il compatible avec le prix psychologique minimum ?

Question 2

Comparez les stratégies d'écrémage et de pénétration. Quelle stratégie recommandez-vous et pourquoi ?

Question 3

À prix de vente de 26 €, calculez la marge nette sur le canal boutique (commission 25 %).

Question 4

Calculez le CA mensuel et la marge brute dans les scénarios bas (800 unités) et haut (1 400 unités) à 26 €.

■ Prix = satisfaire 3 contraintes : couvrir le coût de revient, atteindre l'objectif de marge, rester dans la zone de prix acceptable. Écrémage pour les produits différenciés.

OutdoorPeak — Gérer les promotions d'une boutique outdoor



OutdoorPeak doit construire un plan promotionnel fin de saison et soldes de janvier dans le respect de la réglementation.

■ Document 2 — Planification promotionnelle OutdoorPeak

Données produits et calendrier

- Veste de randonnée GoreTex : prix habituel 189 €, coût 94 €
- Tente 2 personnes : prix habituel 340 €, coût 170 €
- Chaussures trail : prix habituel 129 €, coût 58 €
- Soldes légaux : 12 janvier → 8 février — prix réf. = prix le plus bas des 30 derniers jours
- Client pro (associations) : demande remise 15 % sur commande min. 500 €

■ Questions

Question 5

OutdoorPeak souhaite afficher « –30 % » sur la veste GoreTex. Calculez le prix soldé. Y a-t-il vente à perte ?

Question 6

Quelle est la règle de référencement du prix barré lors des soldes (directive Omnibus 2022) ?

Question 7

Une association commande 6 tentes (340 € PU) avec remise 15 %. Calculez le prix net. Cette remise est-elle légale ?

Question 8

OutdoorPeak envisage un « Déstockage été » hors soldes en septembre. Quelles règles doit-il respecter ?

■ Soldes légaux : prix réf. = prix le plus bas des 30 jours précédents (Omnibus 2022). Interdiction de vente à perte. Remises B2B librement négociables. Hors soldes : ne pas utiliser le mot « soldes ».

ModaVerde — Piloter les prix d'une enseigne de mode éco-responsable



ModaVerde vend des collections capsules en quantité limitée. Sa directrice expérimente le prix dynamique pour maximiser le CA sur des stocks restreints.

■ Document 3 — Données test de prix ModaVerde

Veste capsule « Automne Vert » — Test 4 semaines

- Semaine 1 : Prix 95 € → 48 ventes
- Semaine 2 : Prix 115 € → 31 ventes
- Semaine 3 : Prix 85 € (–10 %) → 67 ventes
- Semaine 4 : Prix 135 € (stock < 20 unités) → 22 ventes
- Stock total : 200 unités · Coût d'achat unitaire : 42 €

■ Questions

Question 9

Calculez le CA généré chaque semaine. Quelle semaine est la plus performante en CA ? En marge brute unitaire ?

Question 10

Calculez le coefficient d'élasticité-prix entre S1 (95 €, 48 ventes) et S2 (115 €, 31 ventes). Interprétez.

Question 11

Proposez une stratégie de prix dynamique optimale sur 4 semaines pour maximiser le CA total sur 200 unités.

Question 12

La « rareté volontaire » modifie-t-elle l'élasticité-prix ? Citez une enseigne réelle.

■ Élasticité-prix (|e|>1) : demande élastique → prix modéré + fort volume pour maximiser CA. Rareté volontaire : demande inélastique → prix élevés stratégiques.
