

Chap 6: L'analyse de la concurrence

I- Connaître la concurrence

A. Définition

La concurrence, c'est la rivalité entre plusieurs organisations qui recherchent un même objectif : conquérir des parts de marché et donc des clients. Elle est constituée par l'ensemble des entreprises dont les biens et services peuvent faire l'objet d'une comparaison par le consommateur.

B. Types de concurrence

La concurrence directe : elle porte sur des biens et services de même nature.

La concurrence indirecte : elle porte sur des produits de substitution. Produits qui ont la même fonction mais qui utilisent des technologies différentes.

C. Structure

- Monopole
- Oligopole
- Concurrence

C. Position concurrentielle

le leader : il détient la plus forte part de marché

le challenger : il est juste derrière le leader et cherche à le dépasser

l'outsider : il arrive sur le marché et connaît une forte croissance de ses ventes

le sortant : il n'arrive à maintenir sa part de marché

II- Analyse la concurrence

1. Performances commerciales

On utilise la notion de chiffre d'affaires qui correspond à la vente en valeur de biens et de services. On étudie son évolution dans le temps et on le compare à celui des autres entreprises pour déterminer la position concurrentielle.

2. Performances financières

On étudie différents soldes intermédiaires de gestion :

- **Marge commerciale** : elle permet de faire la différence entre la vente de produits et les achats de marchandise et la variations des stocks

Ventes des mrchds – (achat de mrchds + vrtn des stocks)

- **La valeur ajoutée (VA)**: elle représente la création de richesses par l'entreprise.

Marge commerciales – autres charges

- **L'excédent brut d'exploitation (l'EBE)**

VA – (charges de personnel + impôts)

- **Résultat** : Il peut constituer un bénéfice ou une perte pour l'entreprise