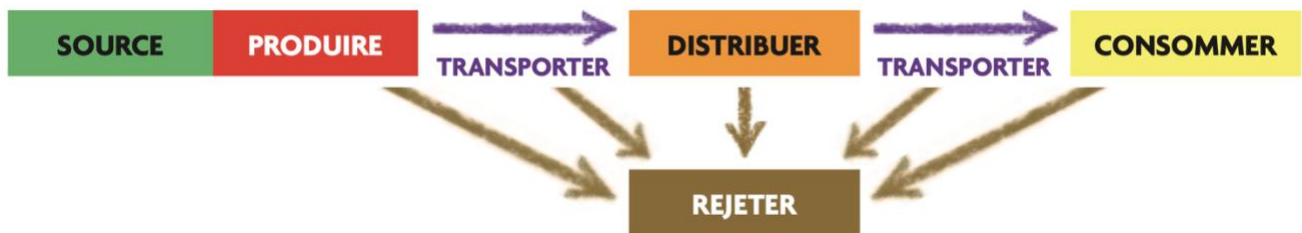


Résumé

L'offre et la demande

Approvisionnement : façon dont on produit et on consomme des biens de consommation. Il comprend les étapes de la filière de production-consommation telles que la production, la distribution, la consommation, incluant des transports et des rejets/déchets.



Il existe plusieurs raisons qui justifient la réalisation des produits. Par exemple :

- Raison financière : pour gagner plus d'argent, pour que le produit coûte moins cher, etc.
- Raison technique : nouvelle technologie permettant une innovation/un progrès, ce produit n'existe pas encore, etc.
- Raison sociale : pour satisfaire un besoin/un désir des consommateurs, etc.

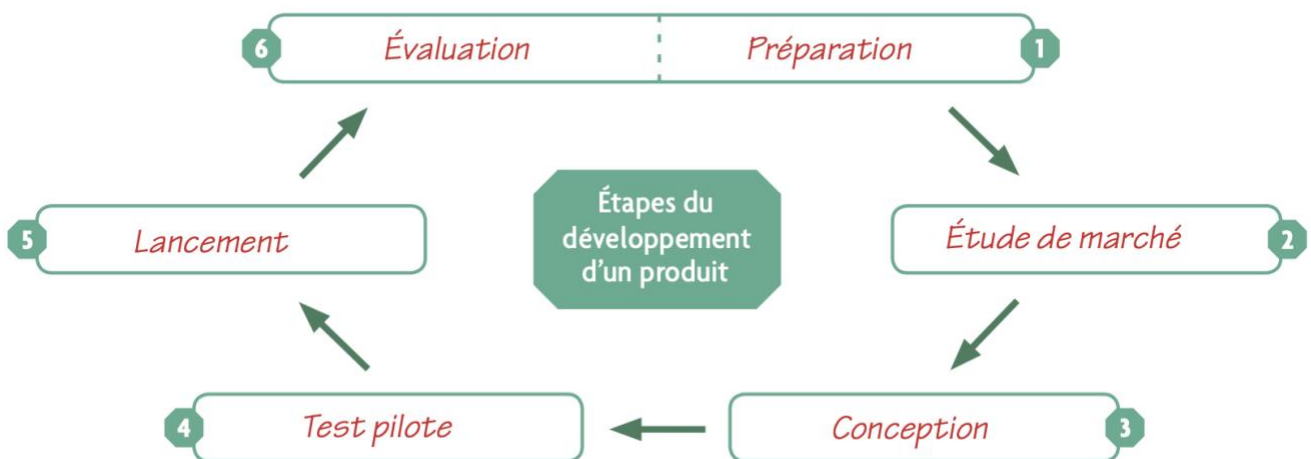
Avant d'être mis sur le marché, un produit doit être réfléchi dans ses moindres détails. Le but principal est de **vendre le plus possible pour gagner le plus d'argent**. On doit alors rentabiliser le produit et le rendre attractif. Il doit donc avoir un réel intérêt pour que les acheteurs soient intéressés et être disponible à un prix raisonnable.

Les fabricants trouvent des solutions pour que la fabrication, le transport, l'emballage et toutes les autres étapes soient les moins coûteux possibles, tout en essayant de garantir une certaine qualité pour satisfaire les clients. **Le prix du produit est alors fixé en fonction du coût de production, de la nature du produit, de sa qualité et de sa rareté**. Ces étapes sont d'abord imaginées, puis il est temps de mettre le plan à exécution.

Pour qu'il soit réellement ajouté aux rayons d'un magasin, le produit doit non seulement être réfléchi, mais également **produit et diffusé (publicités)**.

Voici les étapes principales du lancement d'un produit :

- **Préparation** : Créer le concept du produit
- **Étude de marché** : Recueillir des informations indispensables pour faire les bons choix :
 - o Le produit répond-il à un besoin des consommateurs ?
 - o Sera-t-il unique ou y a-t-il de la concurrence ?
 - o Qui pourrait être intéressé par le produit ?
 - o Etc.
- **Conception** : Réaliser un ou plusieurs modèles/prototypes du produit
- **Test pilote** : Présenter le prototype à un groupe de consommateurs (testeurs)
- **Lancement** : Finaliser le produit et mise sur le marché (y compris la publicité)
- **Évaluation** : Évaluer continuellement le produit après lancement pour qu'il reste attractif.



Une fois que le produit est commercialisé, son prix va fluctuer. En effet, il va varier en fonction de plusieurs facteurs.

Un jeu « **d'offre et de demande** » s'installe :

→ Plus il y a de personnes intéressées à acheter le produit, plus son prix va augmenter, **car le but principal d'un commerçant est de faire de l'argent.**

→ Lorsque l'offre est trop grande (forte concurrence), les prix vont baisser pour encourager les gens à acheter notre produit plutôt que celui d'un concurrent.

Il ne faut pas oublier qu'à l'opposé du commerçant qui veut gagner de l'argent, **les clients, eux, veulent satisfaire leurs besoins en payant le moins cher possible.** Toutefois, plus le besoin est grand, plus le client sera disposé à dépenser de l'argent.



Outre ce jeu d'offre et de demande, **certains acteurs peuvent également influencer les prix** :

- l'État (p. ex. en instaurant une loi) ;
- les agences de publicité (p. ex. en utilisant des célébrités pour donner envie d'acheter un produit pour leur ressembler) ;
- les scientifiques (p. ex. en faisant une découverte technologique) ;
- les associations (p. ex. en informant des dangers pour la santé)



LE : p. 80 à 85

FE : p. 71 à 75