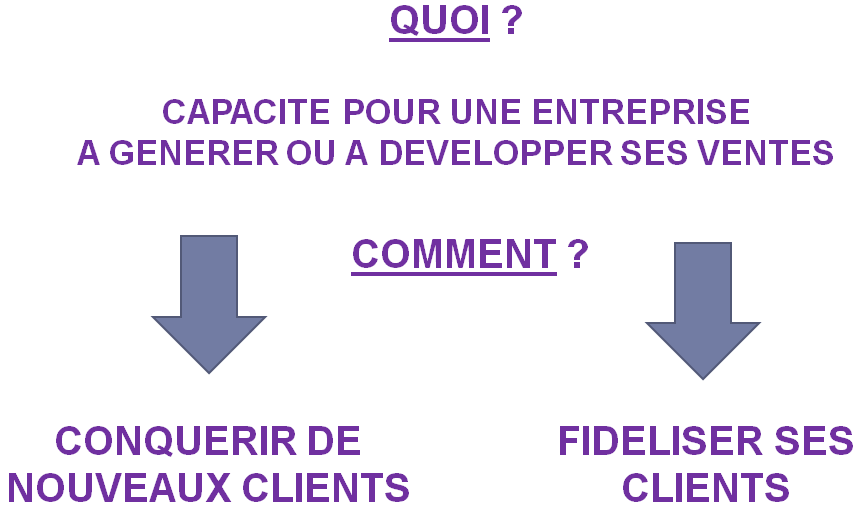
# LA PERFORMANCE COMMERCIALE



**Il EST 5 A 10 FOIS PLUS COUTEUX DE CONQUERIR UN NOUVEAU PUBLIC QUE D’EN CONSERVER UN.**

**II/ LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE PERFORMANCE COMMERCIALE :**

|  |  |
| --- | --- |
| **ELEMENTS** | **EXPLICATIONS** |
| **CHIFFRE D’AFFAIRES**  **(EN VALEUR OU EN VOLUME)**  **http://www.gl-events.com/uploads/sfSympalBossMediaPlugin/image/8f24894a7feb2990617ab1e83adbbdcbac75ace6.jpg** | Correspond aux **VENTES REALISEES EN VALEUR (en €) OU EN VOLUME (en qté)** sur une période donnée (jour, mois, trimestre, année).  **CA EN VALEUR = QTE VENDUE x PRIX UNITAIRE**  Des comparaisons dans le temps permettent de mesurer la capacité de l’entreprise à se développer (**CROISSANCE DES VENTES**)  Ce nombre de produit vendus peut être ventilé :   * Par zone géographique * Par type de produits vendus si l’entreprise vend différents types de produits. * Par type de clientèle (Professionnels B to B, particuliers B to C)   La formule du CA nous permet de voir aisément que pour développer son chiffre d’affaires, une entreprise peut donc influer sur deux variables :   * **LA QUANTITE** (réussir à vendre plus de produits que les années précédentes) * **ET/OU LE PRIX** (vendre plus cher). |
| **PART DE MARCHE**    http://2.bp.blogspot.com/-D1knIwJmGso/TsTLz9cw0lI/AAAAAAAAAJo/SpVm0WwHR18/s1600/Image1.png | Représente le chiffre d’affaire réalisé par une entreprise par rapport au chiffre d’affaires réalisé par l’ensemble des entreprises appartenant au même secteur d’activité (concurrents) exprimé en %:  L’évolution de cet indicateur dans le temps permet de voir si l’entreprise « surperforme » ou « sous performe » (gain ou perte de **COMPETITIVITE**) par rapport a ses **CONCURRENTS**.  Une entreprise **LEADER** (ou chef de file, en français) sur un marché est celle enregistrant la plus grande part de marché de tous les concurrents.  Le **CHALLENGER** (ou prétendant en français) est l’entreprise qui enregistre la 2e meilleure part de marché.  Les entreprises poursuivantes étant des **OUTSIDERS** |

**LA PERFORMANCE FINANCIERE**

**LA PERFORMANCE FINANCIERE DE L’ENTREPRISE**

**S’ARTICULE AUTOUR DE 4 AXES PRINCIPAUX :**

**PROFITABILITE** (CAPACITE A GENERER DES BENEFICES)

PERFORMANCE FINANCIERE

**DIVIDENDES ET PLUS VALUES** (CAPACITE A ENRICHIR SES ACTIONNAIRES)

**AUTOFINANCEMENT**

(CAPACITE A FINANCER PAR SES PROPRES MOYENS FINANCIERS DES PROJETS D’INVESTISSEMENT

**RENTABILITE** (COMPARAISON DES BENEFICES REALISES / MOYENS FINANCIERS (EMPRUNT ET CAPITAL) MIS EN OEUVRE

**LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE PERFORMANCE FINANCIERE EN % (RATIOS) :**

|  |  |
| --- | --- |
| **TAUX DE PROFITABILITE** | **(RESULTAT NET / CHIFFRE D’AFFAIRE) x100** |
| **TAUX DE RENTABILITE ECONOMIQUE** | **RESULTAT D’EXPOITATION / (EMPRUNT+CAPITAUX PROPRES) x100** |
| **TAUX DE RENTABILITE FINANCIERE** | **RESULTAT NET / (CAPITAUX PROPRES) x100** |
| **RENDEMENT D’UNE ACTION** | **(DIVIDENDE PAR ACTION / COURS D’UNE ACTION ) X 100** |

**ESSILOR, UN LEADER AU SERVICE DE LA SANTE VISUELLE**

 Essilor est le **numéro un mondial des verres correcteurs**.

Présent dans plus de100 pays, le groupe tire sa réussite d’une stratégie dont l’innovation est le moteur depuis plus de 160 ans.

De la conception à la fabrication, le groupe élabore de larges gammes de verres pour corriger et protéger la vue.

Ainsi, le groupe consacre environ 150 millions d’euros par an à la recherche et au développement pour proposer des produits toujours plus performants.

Sa mission est de permettre à toute personne dans le monde d’avoir une bonne vision grâce à des verres adaptés à ses besoins..

Les marques phares sont [Varilux](http://www.varilux.com/fr" \o "www.varilux.com" \t "_blank)®, [Crizal](http://www.crizal.com/FR/Pages/default.aspx" \o "www.crizal.com" \t "_blank)®, Definity®, [Xperio](http://www.xperio.com/EN/Pages/default.aspx" \o "www.xperio.com" \t "_blank)®, [Optifog](http://www.optifog.com/FR/Pages/default.aspx)™ et Foster Grant®.

|  |  |
| --- | --- |
| Chiffre d'affaires 2006 - 2011  S’appuyant sur un modèle de croissance solide, Essilor affiche un chiffre d’affaires en progression régulière depuis 2005**.** | Evolution de la Distribution globale de 2006 à 2011  **Le groupe Essilor distribue à ses actionnaires un dividende en constante augmentation d’une année sur l’autre** |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Evolution du cours de bourse d’Essilor |

En mai, pour sa dernière, l'assemblée générale des actionnaires d'Essilor fait salle comble au palais des congrès de Paris. Une fois de plus, le leader mondial des **verres ophtalmiques** prouve sa santé éclatante. Son chiffre d'affaires est en hausse de 7,7% à 4,2 milliards d'euros et les bénéfices progressent. Une tendance que devraient confirmer, le 31 août, les résultats semestriels. Comment cette pépite du CAC 40 est-elle parvenue à gagner cinq points de part de marché dans le monde en trois ans et réaliser 31% des ventes en volume en 2011 ? La recette d'Essilor est infaillible. Ce bulldozer industriel et du marketing ne laisse aucune place à ses concurrents, ou presque. Menée à coups d'acquisitions depuis la fusion d'Essel et Silor en 1972, cette stratégie lui a permis d'atteindre une position « quasi déloyale » en France, déplore un concurrent. Essilor y détiendrait près de 75% du marché ! Hors de l'Hexagone, cette stratégie de rouleau compresseur se révèle aussi efficace. Ses deux principaux challengers, l'allemand Carl Zeiss (18% du marché mondial) et le japonais Hoya (13%), ont bien tenté de résister à son hégémonie. Mais leurs divisions verres ophtalmologiques sont trop modestes pour lutter à armes égales avec le français qui dispose de moyens colossaux. Une force de frappe qu'Essilor ne cesse de renforcer.

Source : Usine Nouvelle

**T.A.F**

**1/ Rappeler à quoi correspond le chiffre d’affaires ?**

**2/ A combien s’est élevé le chiffre d’affaire d’Essilor en 2011 ?**

**3/ Commenter l’évolution du chiffre d’affaires d’Essilor entre 2006 et 2011**

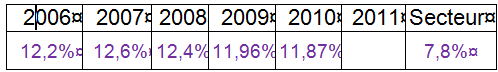
**4/ Quelle est la part de marché d’ ESSILOR au niveau mondial ? En France ? quelle est la place occupée par ESSILOR sur son marché ?**

**5/ Rappeler a quoi correspond le résultat net d’une entreprise.**

**6/ A combien s’élève le résultat net d’Essilor en 2011 ?**

**7/ Commenter l’évolution du résultat net d’Essilor entre 2006 et 2011.**

**8/ Calculer le taux de profitabilité de l’année 2011 (Résultat net / Chiffre d’affaires x 100)**



**9/ Rédiger une phrase qui donne du sens au taux de profitabilité pour l’année 2011 :**

**10/ Combien aurait gagné un actionnaire le 01 mars 2013 qui aurait investi dans une action début 2006 qui valait 35 € ? (comptabiliser la plus value et les dividendes) en € et en %.**

**11/ Quel est part qui a été réservée à l’autofinancement en 2011 ? A quoi cela va-t-il servir ?**

**12/ Sachant que les capitaux et les emprunts d’Essilor s’élèvent à 4400 millions d’€ et que le résultat d’exploitation d’Essilor s’est élevé à 683 millions d’€ calculer la rentabilité économique d’Essilor (Résultat d’exploitation / Capitaux et Emprunt)**

**13/ Essilor est elle une entreprise performante ? Justifier votre réponse.**