



# ENCGT

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير  
École Nationale de Commerce et de Gestion

## EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE SEMESTRE D'AUTOMNE 2024-2025 Session Normale Décembre 2024 – Janvier 2025

Épreuve	: Comportement du consommateur
Enseignant	: Zineb EL ANDALOUSSI
Niveau	: S5
Jour	: Mercredi 25/12/2024
Heure	: 12h00
Durée	: 1 heure 30

### Consignes

- Répondez dans l'ordre des questions
- Un point sera réservé à la bonne présentation de la copie
- Les tableaux sont à reproduire sur la copie d'examen
- La dissertation doit prendre la forme d'un développement structuré ne dépassant pas 15 lignes

La Chine est un vaste marché avec un potentiel de consommation **à fort potentiel**. Voici une analyse des habitudes et modes de consommation des Chinois, inspirée de « The China Source Book », TNS.

**1- LE NOMBRE DE MILLIARDAIRES CHINOIS GRANDIT À TOUTE VITESSE** : On assiste en Chine à une classe moyenne **aisée** qui explose. Les nouveaux riches chinois sont en progression et on compte **100 millions de Chinois parmi les 10 % les plus riches** du monde. Cette nouvelle classe riche a une haute estime des marques étrangères et place l'Allemagne en tête des pays fabriquant des produits de grande qualité, surtout grâce aux berlines haut de gamme allemande, qui dominent le marché. La France, quant à elle, émerge, sans surprise, pour le luxe, le parfum, les cosmétiques et les vêtements (Extrait 1).

**2- LA GRANDE DISTRIBUTION** : Suning.com est un géant **de la distribution** en Chine, avec plus de 8.881 magasins dans plus de 700 villes, et la troisième plateforme de e-commerce du pays. La distribution est complètement bousculée, avec une accélération du digital. Le géant de la distribution Carrefour a annoncé qu'il allait céder le contrôle de ses activités en Chine au groupe local Suning.com à la suite de la dégradation progressive de sa situation de Carrefour Chine qui s'explique par **des retards dans l'adaptation** à la révolution digitale

**3. UN INTÉRÊT CROISSANT POUR L'ENVIRONNEMENT** : L'étude TNS explique que les consommateurs chinois urbains sont concernés par **la protection de l'environnement**. Ils achètent de plus en plus de produits respectueux de l'environnement.

**4. LA MONTÉE DE L'INDIVIDUALISME** : La fin du collectivisme, du partage de l'entraide... Les Chinois sont de plus en plus individualistes et égoïstes. De plus en plus d'entreprises orientent leur publicité sur l'axe plaisir détente, avec des slogans comme « se faire plaisir » ou « s'accorder du temps libre ». (Extrait 2).

**5. LE DESIGN ET L'INNOVATION** : Au-delà de ses **fonctionnalités propres**, un produit ou un service doit aussi offrir un **univers de marque**, un **design d'innovation** spécifique. De plus en plus les Chinois cherchent à se différencier, en plus de cela ils ont la volonté d'afficher leur statut à travers leur consommation.

## Questions

1. Relevez du texte deux moyens qui permettent de créer de l'<sup>avidité</sup> avidité permanente chez le consommateur chinois. Expliquez (2 pts)

<b>Moyens</b>	1 .....	2 .....
<b>Explication</b>	.....	.....

2. Quels sont les facteurs d'influence qui apparaissent dans les extraits 1 et 2 ? Expliquez comment ils impactent le comportement des consommateurs chinois. (3 pts)

<b>Extrait</b>	1	2
<b>Facteurs d'influence</b>	.....	.....
<b>Explication</b>	.....	.....

3. Rappelez les étapes du processus perceptuel et dites à quelle étape du processus correspond la phrase soulignée (*italique*) dans l'extrait 1. Justifiez votre réponse (3 pts)

Etapes du processus perceptuel	La Phrase ( <i>italique</i> ) de l'extrait 1 correspond à l'étape	Justification
.....	.....	.....
.....		
Etc.		

4. Relevez du texte la réponse des consommateurs chinois face à l'une des principales critiques adressées à l'excès de consommation (2 pts)
5. **Question de dissertation** : En vous basant sur l'exemple de Suning.com et la situation de Carrefour en Chine, expliquez comment l'accélération du digital influence les attentes et le comportement des consommateurs chinois dans le secteur de la grande distribution (4 pts)
6. **Question de cours** : En vous basant sur le cours et sur vos connaissances, complétez le tableau ci-dessous pour retracer l'évolution du champ de l'étude du comportement du consommateur (5 pts)

Approches	Microéconomique	Psychanalytique	Psychologie expérimentale	Cognitive	Expérientielle
Les choix de consommation sont le résultat de ...	..... <i>Logit</i> .....	..... <i>Motivation</i>	.....	.....	.....

*spectre*

Bon courage 😊