



Chapitre 2 : Comment créer de la valeur et la mesurer ?

Corrigé de l'étude de cas sur Primark

Analyser le modèle économique de Primark



A l'aide de la vidéo et de vos connaissances répondez aux questions suivantes

1. Quelle est l'offre de valeur proposée par Primark à ses clients ?

C'est une offre simplifiée produite à bas prix et vendue en grande quantité.

2. Quels sont les différents moyens mis en œuvre par Primark pour réduire ses coûts de revient ?

Pour produire à bas prix et réduire ses coûts de revient, Primark a mis en œuvre différents moyens :

- la fabrication est confiée à des fournisseurs localisés en Asie et en Europe de l'Est, où la main-d'œuvre est bon marché
- les commandes sont passées en grande quantité et longtemps à l'avance pour obtenir les meilleures conditions et faire des économies d'échelle
- les vêtements ont tous les mêmes formes afin que les machines tournent sur un même patron décliné en plusieurs couleurs. Ces coupes basiques permettent d'accélérer le montage en usine, ce qui réduit les coûts de production
- les cartons d'emballage sont recyclés en sacs de papier kraft
- les magasins emploient peu de personnel et densifient leurs rayons
- l'enseigne renonce aux antivols, qui coûtent trop cher
- l'enseigne négocie le prix des loyers.

3. Pourquoi qualifie-t-on ce modèle économique de « *low-cost* » ?

Primark s'est donné les moyens de réduire les coûts de revient. C'est grâce à cette rationalisation des coûts que Primark peut proposer une offre simplifiée qui est vendue à un prix inférieur à celui de la concurrence : c'est le principe du modèle économique « *low-cost* ».

4. À quelles conditions ce modèle est-il rentable ?

Pour que le modèle soit rentable, il faut vendre en quantités importantes. Le modèle économique de Primark se base sur des ventes massives et des marges très faibles. Il faut donc miser sur un volume important de ventes pour être rentable.