

1 Caractériser les solutions proposées à l'aide du tableau suivant (plusieurs éléments sont possibles par ligne) :

Solutions	Nature des coûts		Comportements des charges	
	investissement	fonctionnement	fixes	variables
Forfait A		✓	✓	
Forfait B		✓	✓	✓
Gestion interne	✓ (matériel)	✓ (travail)	✓ (amortissement)	✓ (travail)

Rappel : une charge variable augmente avec l'activité (ici le nombre de pages à présenter), alors qu'une charge fixe est invariante.

2 Calculer le coût de gestion du site Web, par trimestre, pour chacune des solutions (sous-traitance ou gestion au sein de l'entreprise) proposées. Quelle solution est la plus rentable pour l'Étude Devos ?

$50 \times 30 / 2 = 750$ pages / trimestre doivent être traitées, soit 250 pages / mois si la répartition est régulière.

Les coûts trimestriels de la sous-traitance sont les suivants :

- forfait A : $3 \times 1\,000 = 3\,000,00$ €
- forfait B : $3 \times 600 + 2 \times 750 = 3\,300,00$ €

Gestion en interne :

- amortissement trimestriel des immobilisations $(800 + 700 + 1\,200) / (3 \times 4) = 225,00$ €
 - rémunération du personnel $750 \times 4 / 60 = 50$ heures $50 \text{ h} \times 50$ € = $2\,500,00$ €
- 2 725,00 €**

La gestion en interne est la solution la moins coûteuse pour Maître Devos.

3 La solution resterait-elle la même en cas d'un doublement du volume d'activité ? Justifier par le calcul.

En cas de doublement du volume d'activité (1 500 pages par trimestre), les coûts seraient les suivants :

- le forfait A de sous-traitance n'est plus adapté : il est limité à 400 pages par mois or il y en a approximativement 500
- forfait B : $3 \times 600 + 2 \times 1\,500 = 4\,800,00$ €
- gestion interne : $225,00 + 100 \times 50 = 5\,225,00$ €

La gestion en interne devient plus coûteuse puisque les coûts fixes (respectivement le forfait et l'amortissement du matériel) sont inchangés alors que son coût marginal est supérieur ($50 \times 4 / 60 = 3,33$ € la page contre 2,00 €). Il faut donc recourir à la sous-traitance (forfait B).

4 Maître Devos souhaiterait disposer d'indicateurs lui permettant d'évaluer l'apport de la mise en place de ce site. Proposer des indicateurs.

Il est possible de mesurer la fréquentation du site et de voir s'il y a une corrélation avec la fréquentation de la salle de vente, ce qui nécessite de compter les entrées.

Pour une analyse plus fine, il faut soumettre les visiteurs et les acheteurs à un questionnaire permettant de savoir si leur venue et leur éventuel achat sont tout ou partie liés à la visite du site.

Une hausse de la fréquentation peut entraîner des enchères qui montent plus haut et donc un chiffre d'affaires (à la commission) plus élevé.

Si le site proposait également les enchères en ligne, il serait possible d'évaluer des gains (qui pourraient toutefois être une substitution à un achat en salle...).

On voit donc que la détermination de critères de mesure des gains quantitatifs et qualitatifs est difficile mais il s'agit aussi pour l'étude Devos d'une évolution qui sert son image de marque et qui peut lui être profitable à long terme (il faudrait aussi comparer les services offerts par les commissaires-priseurs concurrents...).