Réponse

1. Analyse du portefeuille clients

a) Calcul de la part de chaque catégorie dans le chiffre d'affaires global

Chiffre d'affaires total

- **CA total en N** = 50 000 + 25 000 + 100 000 = **175 000 €**
- **CA total en N+1** = 60 000 + 35 000 + 80 000 = **175 000 €**

La formule utilisée est :

Part (%)=CA de la catégorie/ CA total×100

b) Calcul du taux d'évolution du chiffre d'affaires

La formule est :

Taux d’évolution (%)=CA N+1−CA N/ CA N×100

Résultats

Catégorie de clients	CA en N (€)	Part en N	CA en N+1 (€)	Part en N+1	Taux d'évolution
Entreprises	50 000	**28,57 %**	60 000	**34,29 %**	**+20 %**
Particuliers	25 000	**14,29 %**	35 000	**20,00 %**	**+40 %**
Établissements scolaires	100 000	**57,14 %**	80 000	**45,71 %**	**–20 %**
Total	**175 000**	**100 %**	**175 000**	**100 %**	**0 %**

2. Commentaire des résultats

L'analyse met en évidence plusieurs évolutions importantes :

- Le **chiffre d'affaires global reste stable** à **175 000 €** entre N et N+1.
- Les **entreprises** enregistrent une progression de **20 %**, leur part dans le chiffre d'affaires passant de **28,57 % à 34,29 %**.
- Les **particuliers** connaissent la plus forte croissance (**+40 %**), ce qui fait augmenter leur poids dans le portefeuille de **14,29 % à 20 %**.

- En revanche, les **établissements scolaires**, qui demeurent la principale catégorie de clientèle, voient leur chiffre d'affaires diminuer de **20 %**. Leur part passe ainsi de **57,14 % à 45,71 %**.
- La baisse du chiffre d'affaires auprès des établissements scolaires est compensée par la hausse des ventes aux entreprises et aux particuliers, ce qui explique la stabilité du chiffre d'affaires total.

Conclusion

Le portefeuille clients de la société MPG devient **plus équilibré**. L'entreprise réduit progressivement sa dépendance à l'égard des établissements scolaires grâce au développement des ventes auprès des entreprises et des particuliers. Elle devrait toutefois analyser les causes de la baisse des ventes dans le segment des établissements scolaires afin de mettre en place des actions de fidélisation ou de reconquête de cette clientèle.