Réponse

Les différents indicateurs utilisés pour mesurer la demande

Indicateur	Relevé dans les documents	Définition
Taux de pénétration	**83,2 %** au premier semestre 2007	Pourcentage de la population qui utilise ou possède le produit ou le service. Il mesure le niveau d'équipement du marché.
Taux de renouvellement	Les consommateurs renouvellent leur téléphone tous les **18 mois en moyenne**	Indicateur qui mesure la fréquence à laquelle les consommateurs remplacent un produit déjà possédé.
Taux de croissance	**10 %** en 2007	Pourcentage d'évolution des ventes ou du chiffre d'affaires entre deux périodes. Il permet de mesurer la progression ou la diminution du marché.
Volume des ventes	Plus de **20 millions d'unités** vendues	Quantité de produits vendus sur une période donnée. Il s'exprime en nombre d'unités.
Chiffre d'affaires (CA)	De **13,2 à 16,9 milliards d'euros** entre 2003 et 2006	Montant total des ventes réalisées sur un marché ou par une entreprise pendant une période donnée. Il s'exprime en valeur monétaire.

Réponse rédigée

Les documents présentent plusieurs indicateurs permettant de mesurer la demande sur le marché de la téléphonie mobile :

- Le **taux de pénétration (83,2 %)** mesure la proportion de la population équipée d'un téléphone mobile.
- Le **taux de renouvellement** (18 mois en moyenne) indique la fréquence de remplacement des téléphones par les consommateurs.
- Le **taux de croissance (10 %)** mesure l'évolution des ventes entre deux périodes.
- Le **volume des ventes** (plus de 20 millions de téléphones vendus) représente la quantité de produits vendus.
- Enfin, le **chiffre d'affaires**, qui passe de **13,2 milliards d'euros en 2003 à 16,9 milliards d'euros en 2006**, mesure la valeur totale des ventes réalisées sur le marché.

Ces indicateurs permettent d'évaluer la taille, l'évolution et le dynamisme de la demande sur le marché de la téléphonie mobile.