



## Séquence 3

**Statistiques à 2 variables**

## Evaluation Formative

**Lien entre prix et nombre de clients**

Une société qui commercialise des stylos publicitaires qu'elle imprime, a mené une enquête auprès de 50 clients potentiels, afin de connaître le prix qu'ils seraient prêts à payer pour l'achat d'un stylo. L'enquête a donné les résultats suivants.

<b>Prix unitaire proposé (en €): <math>x_i</math></b>	1,00	1,40	1,80	2,20	2,60	3,00
<b>Nombre de clients : <math>y_i</math></b>	36	29	21	17	11	5

S'approprier



1. Comment varie le nombre de client quand le prix augmente ?

Réaliser



2. A l'aide de la calculatrice, **représenter** graphiquement le nuage de points (prix ; nombre de clients) et l'ajustement affine de ce nuage de points.



**Appeler l'examineur et présenter lui vos résultats**

3. a. Relevez les coordonnées du point moyen G (arrondir à 0,01 si nécessaire).

b. Noter l'équation de cette droite d'ajustement (arrondir à 0,01 les coefficients a et b)

y =



2. **Estimer** le prix d'un stylo publicitaire pour avoir 40 clients susceptible de l'acheter (arrondir à 0,01). ( /1 point)
- .....



3. Le responsable de ventes estime qu'il n'y aura aucun client intéressé si le prix est de 3,30 €. L'ajustement affine trouvé permet-il de confirmer cette valeur ? Justifier. ( /1 point)
- .....
- .....