

Chapitre 2 – Prix, coût, marge et qualité

2-1 Comment fixer le prix de vente ?

La détermination du prix de vente est une décision de gestion de l'entreprise. Le prix doit être fixé en tenant compte :

- **Du coût de revient du produit** : Bénéfice = Prix de vente HT – Coût de revient. Dans le cas contraire, l'entreprise ne fait pas de profit. Les entreprises commerciales n'ont pas le droit de fixer un prix de vente inférieur à leur coût d'achat.
- **Des prix de la concurrence** : Le prix déterminé ne doit pas se situer trop au dessus des prix pratiqués par les concurrents, sauf s'il existe un élément de différenciation qui justifie cet écart de prix dans l'esprit des consommateurs. (Voir positionnement)
- **Du positionnement du produit** : Il correspond à la position qu'occupe un produit dans l'esprit des consommateurs face à ses concurrents sur différents critères (prix, image, caractéristiques). Un prix trop faible peut dégrader l'image d'un produit qui est positionné en haut de gamme.
- **Du prix psychologique** : Il désigne le prix de vente que le plus grand nombre de clients potentiels considèrent comme acceptable compte tenu de la qualité attendue. Il est établi à partir d'une enquête où les personnes interrogées répondent à deux questions : Au dessous de quel prix jugeriez-vous ce produit de mauvaise qualité ? Au dessus de quel prix jugeriez-vous ce produit trop cher ? Le pourcentage d'acheteurs potentiels le plus fort détermine le prix d'acceptabilité.

Le coût d'un produit ou d'un service est la somme des charges générées par sa production et sa commercialisation.

Coût d'achat	Coût de production	Coût de distribution	Coûts administratifs
Achat de marchandises	Main d'œuvre	Publicité	Etude de marché
Achat de matières premières	Sous-traitance	Commissions	Frais généraux
	Charges engendrées par l'utilisation des machines		Frais de recherche et développement

Coût d'achat + Coût de production + Coût de distribution + Coût administratif = Coût de revient

Le résultat est une marge particulière : c'est la différence entre le coût de revient total du produit et son prix de vente. Le résultat mesure la contribution d'un produit à la rentabilité globale de l'entreprise

Coût de revient (4€) -> Prix de vente (6€) = Résultat (bénéfice à 2€)

Résultat (bénéfice) = Prix de vente – coût de revient

Le taux de profitabilité mesure la part du prix de vente qui est transformé en résultat :

Taux de profitabilité = (Résultat / Prix de vente) * 100

Chapitre 3 – La méthode du coût variable ou Direct Costing

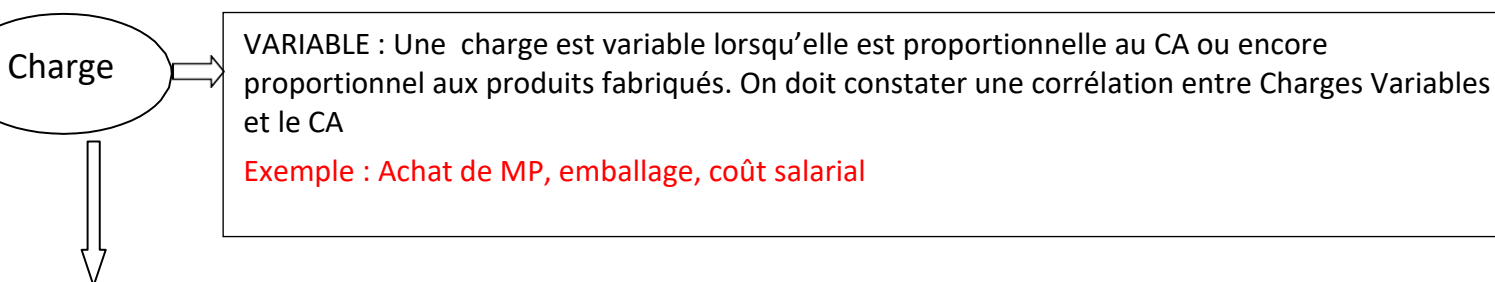
3-1 Pratique de la méthode

⇒ Objectif

Il s'agit par cette méthode de mettre en évidence la contribution de chaque produit à la réalisation de la marge globale de l'entreprise et à la couverture des charges fixes.

Le coût est calculé qu'avec les charges variables et on ne recherche pas la rentabilité nette de chacun des produits mais une marge dégagée.

Le bénéfice ne peut être réalisé que si la marge globale absorbe les charges fixes.



FIXE : Une charge est fixe si elle est constante quelque soit le CA, quelque soit le niveau d'activité.

Exemple : les dotations aux amortissements, loyer du local

⇒ Calculs des marges sur coût variable et du résultat

Ces calculs conduisent le plus souvent à présenter le compte de résultat différentiel de l'entreprise selon le modèle ci-dessous :

	Produit P1	Produit P2	Produit P3	Total en valeur	en %
Chiffre d'affaires	CA1	CA2	CA3	CA total	100%
(-) Charges variables	CV1	CV2	CV3	CV totales	CV en % du CA
(=) Marge sur coût variable	MCV1	MCV2	MCV3	MCV totale	MCV en % du CA
(-) Charges fixes				CF Totales	
(=) Résultat				R	

Taux de Marge
sur coût variable
= MCV / CA



A savoir : le coût variable unitaire est FIXE.

3-2 Les marges sur coût variable et les décisions

La connaissance de la marge sur coût variable fournit une aide précieuse dans de nombreux cas appelant à une décision.

Exemple :

L'entreprise Gamma fabrique 2 produits, P1 et P2, qui ont des coûts variables unitaires respectifs de 20 € et de 34 €, et des prix de vente de 28 € et de 55 €. Les charges fixes s'élèvent à 28 000 €. Les ventes se sont élevées à 1 800 pour P1 et à 600 pour P2.

Compte de résultat différentiel :

	Produit P1	Produit P2	Total en valeur	en %
Chiffre d'affaires	50 400	33 000	83 400	100
(-) Charges variables	36 000	20 400	56 400	67.63
(=) Marge sur coût variable	24 500	12 600	27 000	32.37
(-) Charges fixes			28 000	
(=) Résultat			- 1000	

Comment pourrait-on améliorer cette situation :

- En modifiant les prix de vente
- En réduisant les coûts
- En abandonnant un produit
- En substituant un nouveau produit à un produit actuel

Chapitre 4 – Le seuil de rentabilité

En reprenant l'analyse des charges en charges fixes et en charges variables, il est possible de déterminer un niveau d'activité à partir duquel l'entreprise commence à réaliser un bénéfice : il s'agit du

Au seuil de rentabilité, la marge sur coût variable dégagée par la production est suffisante pour couvrir les

4-1 - Formules de calcul du seuil de rentabilité

1^{ère} méthode :

$$\text{Seuil de rentabilité} = \frac{CA * CF}{\text{Marge sur coût variable}}$$

2^{ème} méthode :

$$\text{Seuil de rentabilité} = \frac{CF}{\text{Taux de marge sur coût variable}}$$

← Méthode à privilégier

⇒ On obtient le seuil de rentabilité en montant de chiffre d'affaires.

Exemple : Un circuit touristique est vendu 350 € par participant.

- Les coûts fixes sont de 2000 € (coût du bus, du chauffeur et du guide)
- Les coûts variables sont de 210 € par participant (repas et hébergement)

	En valeur	En %
Chiffre d'affaires	350	100
Charges Variables	210	60
Marge sur coût variable	140	40
Charges Fixes	2000	
Résultat		

← Taux de MSCV

$$SR = \frac{2000}{0.4} = 5000$$

→ A partir de 5000 € de CA l'entreprise commencera à réaliser du bénéfice. A 5000 € de CA, elle couvrira ses charges fixes et variables.

4-2 Date d'atteinte du seuil de rentabilité = Point mort

Le point mort représente la date à laquelle le seuil de rentabilité est atteint.

▲ Ce calcul suppose que l'activité est régulière tout au long de l'année.

Formule :

$$\text{Point mort} = \frac{SR}{CA} * \text{temps d'activité (360 ou 12 mois)}$$

Exemple : ce circuit touristique est vendu à 50 personnes.

$$\text{Date d'atteinte du SR} = \frac{5000}{350 * 50} * 360 = 103$$

Le seuil de rentabilité est atteint au bout de **3 mois et 13 jours**

4- 4 Le seuil de rentabilité par représentation graphique

Le seuil de rentabilité peut être représenté graphiquement.

Reprenons l'exemple :

On note x = nombre de participants

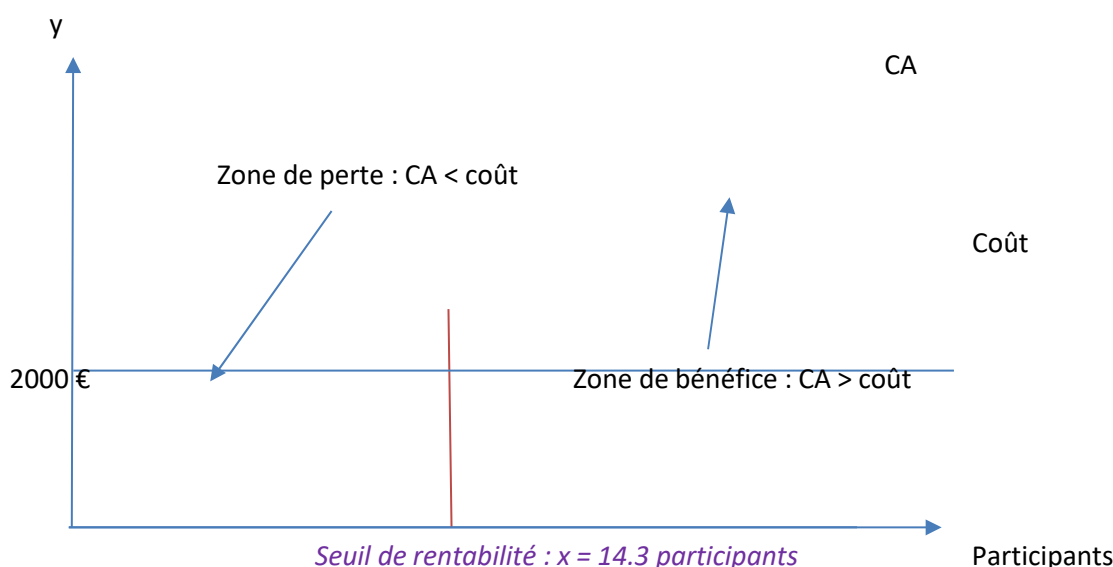
On peut tracer 2 droites :

- La droite du chiffre d'affaires notée $y = 350x$
- La droite du coût de revient notée $y = 2000 + 210x$

Lorsque la droite du coût de revient est au-dessus de celle du CA, l'entreprise est déficitaire. C'est le cas pour la zone comprise entre l'activité zéro (l'entreprise ne réalise pas de CA mais doit quand même payer 2 000 € de charges fixes) jusqu'au seuil de rentabilité.

Lorsque la droite du coût de revient est au-dessous de celle du CA, l'entreprise est bénéficiaire.

Le seuil de rentabilité correspond à l'intersection des 2 droites (CA = coût).



4- 5 La marge de sécurité et l'indice de sécurité

Marge de sécurité = $CA - SR$

La marge de sécurité représente le montant de CA que l'entreprise peut se permettre de perdre avant d'être en perte. Autrement dit, c'est la perte potentielle de CA que l'entreprise peut subir sans entraîner de pertes

Le calcul du seuil de rentabilité est particulièrement utile pour les entreprises à charges fixes élevées (hôtellerie, transport aérien ou ferroviaire...).

Il permet d'évaluer les chances de rentabilité d'un projet ou le degré de risque d'une activité.

Chapitre 5 – Le coût marginal

6-1 Définition et intérêt de la méthode

L'analyse marginale permet de savoir ce que va coûter en plus (coût marginal) ou rapporte en plus (recette marginale) la production ou la vente d'une unité produite supplémentaire

Le coût marginal est la différence entre l'ensemble des charges courantes nécessaires à une production donnée et l'ensemble de celles qui sont nécessaires à cette même production majorée ou minorée d'une unité supplémentaire. C'est le coût (objet, lot).

Le calcul du coût marginal permet à l'entreprise de déterminer si oui ou non elle doit accepter une nouvelle commande.

Coût marginal global = Variation du coût total (Variation des CV + variation CF)

Et

Coût marginal unitaire = $\frac{\text{Variation du coût total}}{\text{Variation de la quantité}}$

6-2 Application

Une entreprise produit 1 000 unités au prix de vente de 1 200 € l'unité. Sa capacité de production est de 2000 unités.

Matières premières : 105 000 €

Main d'œuvre variable : 430 000 €

Charges variables : 215 000 €

Charges fixes : 285 000 €

Un client passe une commande supplémentaire de 700 unités et souhaite un prix de vente de 825 €.

L'entreprise doit-elle accepter cette commande supplémentaire à ce prix-là ?

	1000 unités			1 700 unités			Coût marginal	
	Q	CU	Montant	Q	CU	Montant	Global	Brut
On a besoin de calculer le CV unitaire				1 000 700	1 200 825	1 200 000 577 500	178500- 105000	73500/700
Chiffre d'affaires	1 000	1 200	1200000			1 775 500	577 500	825
Matières premières	1 000	105	105 000	1700	105	178 500	73 500	105
MO variable	1 000	430	430 000	1700	430	731 000	301 000	430
Charges variables	1 000	215	215 000	1700	215	365 000	150 500	215
Charges fixes			285 000			285 000	0	0
Total charges	1 000	1035	1 035 000	1700	917.647	1 560 000	525 000	750
Résultat			165 000			217 500	52 500	75

Recette marginale totale

Coût Marginal

Recette marginale unitaire

Le résultat avant la commande supplémentaire était de 165 000 , avec la commande supplémentaire il passe à 217 500 soit 52 500 € de plus.

On s'aperçoit que le coût marginal sur les charges fixes est de 0. Les charges fixes sont donc absorbées par les 1 000 unités.

L'entreprise a tout intérêt à accepter cette commande supplémentaire.

▲ Il est possible que la production supplémentaire engendre des charges fixes supplémentaires, dans ce cas-là, on doit imputer les charges fixes supplémentaires au nombre de produits supplémentaires fabriqués. De ce fait, le résultat marginal est diminué des charges fixes supplémentaires donc moindre.

⇒ Le prix de vente minimum acceptable pour une commande supplémentaire au coût marginal unitaire.