

Chapitre 5

II) Les stratégies de prix

1) La stratégie d'écrémage

L'entreprise fixe des prix élevés afin de cibler une clientèle limitée pour laquelle le prix n'est pas un problème.

Avantages

- Image de marque de qualité
- Haut de gamme
- Clientèle très ciblée

Inconvénients

- Couverture du marché plus faible = risque financier plus important

2) La stratégie de pénétration

L'entreprise qui souhaite conquérir une large part de marché pourra pratiquer une politique de prix bas ou de pénétration : L'entreprise pratiquera des prix de vente unitaires réduits pour accroître les quantités vendues.

Avantages

- Parts de marché importante
- Production de masse = Baisse des coûts de revient unitaire

Inconvénients

- Nécessité d'avoir des stocks importants pour inonder le marché
- Bénéfice unitaire faible
- Importance de la communication de manière intensive
- Guerre des prix

3) La stratégie d'alignement

Il s'agit pour une entreprise qui n'aurait pas le leadership sur le marché d'aligner ses prix sur ses concurrents ou bien sur le leader.

Avantages

- Parts de marché importante

- Production de masse = Baisse des coûts de revient unitaire

Inconvénients

- Nécessité d'avoir des stocks importants pour inonder le marché
- Bénéfice unitaire faible
- Importance de la communication de manière intensive
- Guerre des prix

4) La stratégie des prix différenciés

L'entreprise décide de pratiquer des prix différents sur des mêmes produits avec des clients différents.

Avantages

- Tarifs intéressants pour le consommateur

Inconvénients

- Politique des prix illisible
- Difficulté à fidéliser

Rappels de formules

Production	Distribution	Consommation
Coût de revient	PAHT *	PAHT **
+	+	+
Marge commerciale	Marge commerciale	TVA
=	=	=
PVHT ou distributeur *	PVHT aux consommateurs **	PVTTC prix de vente au public

Taux de marge = pourcentage de la marge commerciale / coût du produit

Taux de marque = pourcentage de la marge commerciale / prix de vente

Le coefficient multiplicateur permet de passer directement du coût d'achat du produit à son prix de vente hors taxe.

Marge commerciale

- Pour une entreprise de production : $MC = PVHT - \text{coût de revient}$
- Pour une entreprise de distribution : $MC = PVHT - PAHT$

Taux de marge

- Pour une entreprise de production : $Tx \text{ marge} = (Marge \text{ commerciale} \times 100) / \text{Coût de revient}$

- Pour une entreprise de distribution : $Tx \text{ marge} = (\text{Marge commerciale} \times 100) / \text{PAHT}$

PVHT

- Pour une entreprise de production : $\text{PVHT} = \text{Coût de revient} * (1 + \text{taux de marge})$
- Pour une entreprise de distribution : $\text{PVHT} = \text{PAHT} * (1 + \text{taux de marge})$

Taux de marque

- $Tx \text{ marque} = (\text{Marge commerciale} * 100) / \text{PVHT}$

Coefficient multiplicateur HT

- $\text{CHT} = 100 / (100 - \text{taux de marque})$
- Pour une entreprise de production : $\text{PVHT} = \text{Coût de revient} * \text{CHT}$
- Pour une entreprise de distribution : $\text{PVHT} = \text{PAHT} * \text{CHT}$

Exercice exemple

Une entreprise P fabrique des baskets pour un coût unitaire de 12€, elle les revend à un distributeur D pour 17€ qui les revend au consommateur à un prix de 20€.

Marge commerciale

- $P = 17 - 12 = 5 \text{ €}$
- $D = 20 - 17 = 3 \text{ €}$

Taux de marge

- $P = (5 \times 100) / 12 = 41.67 \%$
- $D = (3 \times 100) / 17 = 17.65 \%$

PVHT

- $P = 12 * (1.417) = 17 \text{ €}$
- $D = 17 * (1.176) = 20 \text{ €}$

Taux de marque

- $P = (5 * 100) / 17 = 29.41 \%$
- $D = (3 * 100) / 20 = 15 \%$

Coefficient multiplicateur HT

- $P = 1.417$
- $D = 1.176$

Exercice 1

Un produit soumis au taux normal est vendu 85€ HT, son prix d'achat HT est de 50€.

a. Déterminez la marge brute, le taux de marque, le coefficient multiplicateur HT et TTC

Produit	P1
PVHT	85
PAHT	50
Marge brute	35
Taux de marque	$35 \times 100 / 85 = 41.76\%$
CM HT	$1 / (1 - 0.4117) = 1.7$
CM TTC	$1.196 / (1 - 0.4117) = 2.033$

b. Calculez le PVHT et TTC

Voir ci-dessus.

Exercice 2

Une entreprise vend trois familles de produits : P1, P2, P3.

Produit	P1	P2	P3
Prix d'achat HT	2500	2400	1800
Frais approvisionnement	200	150	300
Remises sur les achats	50	100	70
PVHT	4000	7000	5600
Remises aux clients	120	75	90
Frais commercialisation	800	1600	700

a. Calculez pour ces trois familles de produits, la marge brute et la marge nette

Produit	P1	P2	P3
Coût d'achat net	2650	2450	2030
CA net	3880	6925	5510
Marge brute	1230	4475	3480
Marge nette	430	2875	2780
Taux de marge	16.23	117.35	136.95

b. Quelle est la famille de produits la plus rentable dans l'absolu et en pourcentage du CA ?

$$P1 = (430 / 3880) \times 100 = 11.08 \%$$

$$P2 = (2875 / 6925) \times 100 = 41.82 \%$$

$$P3 = (2870 / 5510) \times 100 = 50.45 \%$$

Le plus rentable en % du CA est P3.

Exercice 3

Un magasin d'articles de sport souhaite importer des USA des articles originaux car introuvables en France. Les prix pouvant varier selon les modèles de 20 à 200 euros. On vous demande de réaliser une étude des coûts et des prix pour deux modèles de vêtements de sport US Sport et American Sport.

Vous disposez des informations suivantes :

Prix d'achat unitaire (départ fabricant) :

- Modèle US Sport : 12 €
- Modèle American Sport : 30 €

Frais de transport, transit, dédouanement : 3 € par produit importé plus 6% de la valeur d'achat du produit. Charges sur la vente : 4€ par produit plus 10% du prix de vente.

Prix de vente HT prévus :

- Modèle US Sport : 24 €
- Modèle American Sport : 110 €

a. Déterminez le coût de revient des deux modèles

b. Calculez la marge brute commerciale et la marge nette (pour la marge brute on prendra le prix d'achat comme base)

c. Sachant que l'entreprise se fixe comme objectif un taux de marque minimum de 60% et un taux de marge nette par rapport au CA HT de 10%, les prix de vente prévus vous paraissent-ils suffisants ? Dans le cas contraire, calculez les prix de vente HT qui répondent aux objectifs de l'entreprise.

Exercice 4

Les éléments du compte de résultat simplifié de l'entreprise Bivouac au 31/12/2008 sont les suivants (en €) :

- Achats de marchandises : 40'000
- Autres achats et charges : 10'000
- Impôts et taxes : 2'000
- Charges de personnel : 18'000
- Dotation aux amortissements : 6'000
- Ventes de marchandises : 90'000

Les clefs de répartition nécessaires à la ventilation des CV et CF est la suivante :

Autres achats et charges : 5% en CF, 95% en CV

Impôts et taxes : 95% en CF, 2% en CV

Charges de personnel : 85% en CF, 15% en CV

- a. Calculez le résultat de l'exercice**
- b. Calculez la marge sur coût variable et le taux de marge sur CV**
- c. Calculez le seuil de rentabilité en valeur et en volume, sachant que le PV unitaire est de 100€**
- d. Calculez le point mort**
- e. Commentez les résultats obtenus**