



Sud de France Développement

La politique tarifaire

Pierre LE MAÎTRE
9 Février 2016

Le positionnement : La politique tarifaire

PRIX DE VENTE EXPORT

- Trois paramètres à prendre en compte
 - Le prix élaboré sur la base du prix du marché
 - Le prix psychologique/acceptable
 - Le prix fixé à partir du coût de revient
- La décision finale
 - Elle doit tenir compte de la politique commerciale de l'entreprise
 - L'entreprise doit prendre en compte les facteurs décisionnels suivants :
 - La réglementation locale (dumping, prix maximal autorisé)
 - La demande et les prix psychologiques/ acceptables (prix trop bas, prix trop élevé)
 - La concurrence (fourchette de prix du marché)
 - Le coût de revient export complet
 - Le positionnement souhaité

La politique tarifaire

PRIX DE VENTE EXPORT

Définition du mot Marge brute

La marge brute est un indicateur qui permet de mesurer si l'activité d'une entreprise peut dégager un bénéfice ou pas.

De cette notion de marge brute peut ensuite découler le taux de marge.

L'intérêt pour une entreprise est de calculer la marge brute et le taux de marge non seulement sur l'ensemble de son activité, mais aussi sur différentes familles de prestations.

Cela permet ainsi de savoir, dans le chiffre d'affaires global, quel est le niveau de marge de chaque activité. L'objectif étant ensuite d'analyser le résultat obtenu. Si l'objectif de toute entreprise est d'augmenter ses ventes, un travail sur tout ce qui impacte le prix de revient aura un impact très positif sur le résultat final, et donc le bénéfice dégagé.

Marge brute : le calcul

La marge brute se calcule simplement. Il s'agit de la différence entre le prix de vente hors taxe et le prix de revient hors taxe.

Le taux de marge se calcule en pourcentage en divisant la marge commerciale par le prix de revient. Il permet d'extrapoler la marge dégagée sur les ventes futures.

La politique tarifaire

PRIX DE VENTE EXPORT

Lorsque l'on parle de marge nette, on désigne un autre calcul qui détermine la rentabilité de l'entreprise en divisant le bénéfice net (ce qui reste après paiement des charges) par le chiffre d'affaires (ce que gagne l'entreprise).

La marge nette est le rapport du résultat net d'un exercice sur le chiffre d'affaires de cet exercice. Elle indique quel est le résultat net que l'entreprise réalise en moyenne à chaque fois qu'elle vend un produit ou un service.

- La marge nette est pour un distributeur la marge brute ou marge commerciale moins l'ensemble des coûts de distribution du produit.
- La marge nette correspond au profit réalisé sur un produit.

La politique tarifaire

PRIX DE VENTE EXPORT

Des objectifs spécifiques au développement choisi par l'entreprise

- Un objectif de rentabilité

- Le prix influence les quantités vendues en raison de l'élasticité de la demande par rapport au prix
- Le prix exerce un effet direct sur les coûts car la répartition des charges dépend du volume de production
- Ce type d'objectif est-il cohérent avec la recherche d'une position sur le marché ciblé ?

- La définition d'objectifs par rapport au marché

- Ecrémage du marché – Prix élevés
- Pénétration du marché – Prix bas
- Promotion d'une gamme de produits – Prix d'appel

La politique tarifaire

SEUIL DE RENTABILITE

- En fait, **le seuil de rentabilité** est le niveau d'activité (chiffre d'affaires) à partir duquel l'entreprise commence à être rentable, c'est-à-dire être capable de payer ses charges fixes.
- **Le point mort**, est le moment auquel on atteint le seuil de rentabilité. L'entreprise commence à réaliser des bénéfices quand elle dépasse ce point.
- **Le calcul du seuil de rentabilité ou point mort diffère selon :**
 - **L'activité de l'entreprise** : par exemple pour les entreprises commerciales, le calcul se fait beaucoup plus simplement que dans les entreprises industrielles.
 - **Le niveau de précision demandé** : un homme de terrain calculera son point mort différemment d'un administratif.
 - **L'unité demandée** : le seuil de rentabilité peut être calculé en unité monétaire, en quantités produites ou en nombre de jours de chiffre d'affaires. Le point mort quand à lui, est exprimé en unité de temps.

La politique tarifaire

SEUIL DE RENTABILITE

LA MÉTHODE DE CALCUL

- **La méthode de calcul la plus répandue est ainsi :**
 - ❑ Déterminer le **Chiffre d’Affaire prévisionnel (CA)**
 - ❑ Déterminer le montant des **Charges Variables (CV)** : varient proportionnellement à l'évolution de l'activité comme l'électricité, l'eau...
 - ❑ Déterminer le montant des **Charges Fixes (CF)** : restent constantes quelque soit l'évolution de l'activité comme l'assurance ou le loyer...
 - ❑ Calculer la **Marge sur Coûts Variables (MCV)** : $MCV = CA - CV$
 - ❑ Calculer le **Taux de Marge sur Coûts Variables (TMCV)** : $TMCV = MCV / CA$
 - ❑ Calculer le **Seuil de Rentabilité (SR)** : $SR = CF / TMCV$
 - ❑ Calculer le Point Mort en nombre de jours (PM) : $PM = SR / (CA \text{ annuel} / 360)$

La politique tarifaire

GRILLE TARIFAIRE

Les paramètres d'élaboration du tarif

- Une parfaite analyse des coûts
- Une parfaite maîtrise du bilan des affaires traitées
- Une communication de la politique tarifaire adaptée à l'expression de la demande et/ou aux habitudes du marché et de la profession
- Une information mécanisée qui permette de contrôler la réalisation du tarif en fonction des segmentations choisies (lots, types de clients, produits/marchés)

La politique tarifaire

GRILLE TARIFAIRE

Les paramètres d'élaboration du tarif

- Une adéquation des prix offerts par rapport aux prix acceptés, en fonction des effets que l'on veut obtenir
- Une définition précise de la période de validité et une estimation sur les conséquences des marchés en cours
- Une estimation des réactions prévisibles de la concurrence : « Plus la politique tarifaire est clairement définie, moins elle génère des réactions de dégradation de marché ».