

LA VENTE EN GD VA CERTES AUGMENTER VOTRE VOLUME DE VENTE
MAIS DIMINUER VOS PRIX.
COMMENT S'ASSURER QUE VOTRE ENTREPRISE RESTE RENTABLE ?

Évaluer l'impact de votre activité Grande Distribution sur la rentabilité de votre entreprise

1

OBJECTIF DE LA FICHE :

Présenter la méthode de calcul du tarif de votre bouteille pour être en phase avec le marché et assurer la bonne santé de votre entreprise

A FAIRE :

- Connaître le prix de vente à la bouteille
- Calculer le coût de revient direct d'une bouteille
- Déterminer la marge sur coût de production
- Calculer le point mort et aligner vos prix en fonction de celui-ci

A RETENIR :

- Faire le calcul du coût de production du vin sur plusieurs années pour vérifier si une année a subi des coûts importants

NOTRE CONSEIL :

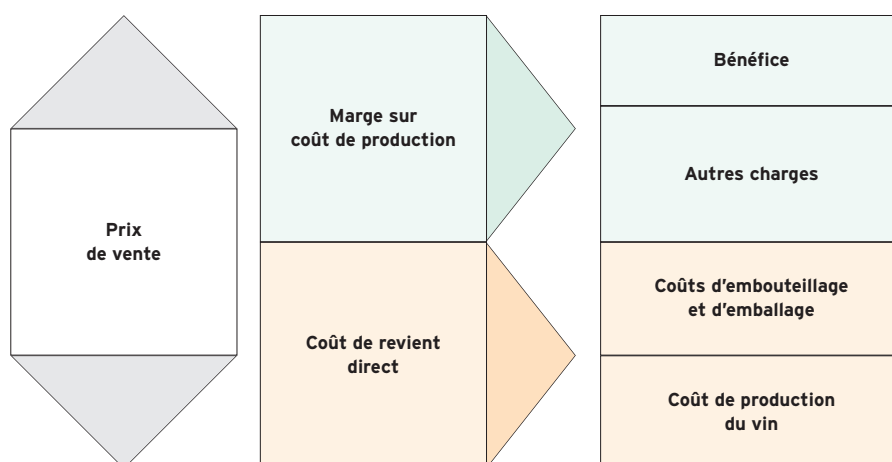
- Faites-vous aider par votre comptable, votre centre de gestion, etc. pour connaître vos coûts de revient

Comment s'assurer que votre entreprise reste rentable ?

Vous connaissez votre prix de vente à la bouteille. L'activité Grande Distribution va vous amener à diminuer ce prix pour assurer la marge de la Grande Distribution. Ces nouveaux tarifs assurent-ils la pérennité de votre exploitation ?

Pour le savoir, vous devez connaître le coût de revient direct d'une bouteille : ce coût de revient direct est composé

- du coût de production du vin (très variable d'une année sur l'autre)
- et des coûts d'embouteillage et d'emballage (très stables d'une année sur l'autre).



1 - Commencer par calculer le coût de production du vin :

= Frais directs / Nombre de litres produits
(Les frais directs prennent en compte tous les frais, de la vigne au vin prêt à être embouteillé.)

2 - Puis, calculer le coût d'embouteillage et d'emballage :

= Tous les coûts directs de l'embouteillage à la mise en carton / Nombre de bouteilles produites

3 - Pour obtenir le coût de revient direct :

= Coût de production
+ Coût d'embouteillage et d'emballage

4 - En déduire la marge sur coût de production :

= Prix de vente
- Coût de revient direct

5 - La marge sur coût de production va servir à couvrir :

- Tous les autres coûts
- Le bénéfice escompté

Pour calculer le poste "autres coûts", il suffit de prendre le total des charges de votre compte d'exploitation et de retirer les coûts qui ont déjà été pris en compte dans le calcul du coût de revient d'une bouteille.

EXEMPLE

LE POINT MORT :

- Le chiffre d'affaires à partir duquel l'exploitation couvre ses charges directes et commence donc à dégager des bénéfices

A RETENIR :

Si vous n'atteignez jamais le point mort, il faut soit baisser les coûts, soit augmenter les prix

ÉVALUER L'IMPACT DE VOTRE ACTIVITÉ GRANDE DISTRIBUTION SUR LA RENTABILITÉ DE VOTRE ENTREPRISE.

1- Calcul du coût de revient par litre	2007	2008
Charges de production	505 000 €	504 000 €
Coût de revient total par litre de vin (1)	5,17 €	4,38 €

2- Calcul du coût de revient d'une bouteille	2007	2008
Vin (1) x 0,75	3,88 €	3,29 €
Bouteille	0,22 €	0,22 €
Bouchon	0,17 €	0,17 €
Étiquette	0,06 €	0,06 €
Capsule	0,04 €	0,04 €
Sur emballage	0,10 €	0,10 €
Coût de revient d'une bouteille (75 cl) (2)	4,47 €	3,88 €

3- Calcul de la marge sur coût de production	2007	2008
Prix de vente (3)	5,42 €	5,69 €
Coût de revient d'une bouteille (75 cl) (2)	4,47 €	3,88 €
Marge sur coût de production (3) - (2) = (4)	0,95 €	1,81 €

Le point mort :

Vous pouvez maintenant calculer votre point mort, c'est-à-dire le nombre de bouteilles que vous devez vendre au minimum pour ne pas faire de perte.

Toutes les bouteilles vendues au dessus du point mort contribuent au bénéfice de l'entreprise. Si l'entreprise vend en-dessous de son point mort, elle perd de l'argent.

4 - Calcul du point mort	2007	2008
Marge sur coût de production (4)	0,95 €	1,81 €
Autres coûts (5)	115 000 €	85 000 €
Nombre de bouteille au point mort (5) / (4) = (7)	121 052	46 961

5 - Analyse du point mort pour cette entreprise	2007	2008
Nombre de bouteilles vendues (6)	100 629	100 629
Nombre de bouteilles au point mort (7)	121 052	46 961
Écart (6) - (7) = (8)	- 20 423	53 668
Marge sur coût de production (4)	0,95 €	1,81 €
Résultat (8) x (4)	-19 401 €	97 139 €

Si l'entreprise vend 100 629 bouteilles en 2007 au lieu de 121 052, la perte sera de 19 401 €.

Mais, si elle vend le même nombre de bouteilles en 2008, elle fera un bénéfice de 97 139 €.