
# Chapitre 6 : La fixation du prix selon une logique rationnelle


## Le prix de vente fixé selon les coûts, la marge et le taux de marge

Toute entreprise assume des coûts : les salaires du personnel, les matières premières, l’entretien des locaux, la recherche et développement etc. dont il faut tenir compte avant de fixer un prix. Pour cette raison, on peut parler de fixation du prix selon une logique rationnelle. L’ensemble des coûts constitue le coût de revient.

Ainsi le **prix de vente peut être fixé à partir des coûts** de la manière suivante :

Prix de vente hors taxes = Coût de revient + Marge

La marge est le montant que l’entreprise souhaite ajouter aux coûts de revient. Plus la marge est élevée et plus l’entreprise pourra améliorer sa rentabilité. Si l’entreprise n’ajoute pas de marge à son coût de revient, on dit qu’elle vend à prix coûtant.

**La marge** se calcule de la manière suivante :

Marge = Prix de vente hors taxe – Coût de revient

Les entreprises ont pour habitude de calculer leur **taux de marge** selon la formule suivante :

Taux de marge = (Marge / Prix d’achat hors taxes) x 100

## Le prix de vente fixé à partir de la sensibilité au prix des clients (l’élasticité prix)

La sensibilité au prix consiste à prendre en compte la réaction (la sensibilité) des clients suite à une variation de prix. Ainsi on calcule l’élasticité prix (ep) en comparant la sensibilité des clients (taux d’évolution des quantités achetées) à une variation de prix (taux d’évolution du prix).

Cet indicateur se calcule de la manière suivante :

Élasticité prix (ep) = Taux d’évolution des quantités achetées / Taux d’évolution du prix

Il s’analyse de la manière suivante :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Si ep** | **Elasticité de la demande** | **Observations et effets sur le chiffre d’affaires (CA)** |
| $- \infty $ à -1 | très élastique | Une légère baisse des prix suffit pour provoquer une forte hausse des quantités vendues donc du CA. |
| = à 1 | moyennement élastique | La variation en % constatée sur les quantités équivaut à la variation en % du prix. Le CA est stable. |
| entre - 1 et 0 | inélastique | Une forte baisse de prix n’entraîne qu’une légère hausse des quantités vendues, donc le CA baisse. |
| = à 0 | rigide | Une variation même forte du prix ne modifie pas les quantités vendues. Le CA varie dans le même sens que le prix. |

##  Le prix cible

Le prix cible est le prix de vente que l’on peut atteindre en suivant une démarche inverse à celle du prix de vente fixé à partir des coûts. Ici, on part du prix de vente (prix cible) et on fixe les coûts et la marge (cibles). Ce prix cible n’est bien entendu pas déterminé au hasard. Il est fixé en fonction d’études de marché, c’est-à-dire en observant l’offre (des concurrents) et en prenant en compte la demande (et notamment la sensibilité au prix).