

Le seuil de rentabilité

Application 1 :

Votre responsable vous communique (Document 1) des informations concernant le département dans lequel vous travaillez.

Travail à réaliser :

- 1) Vous devez calculer le nombre de produits à commercialiser pour ne pas subir de perte comptable.
- 2) Quel est le nombre de produits qui permet de réaliser un bénéfice de 20 000 € ?

Document 1 :

Le prix de vente moyen d'un produit est de 120 € TTC (TVA : 20 %).

Vous en avez vendu 2 350 unités l'année N.

Tableaux des charges :

CHARGES	TOTAL	Charges variables		Charges fixes	
		%	Montant	%	Montant
Achat de matière première	120 000	100 %			
Autres achats et charges externes	24 000	40 %		60 %	
Impôts et taxes	3 000			100 %	
Charges de personnel	63 000	10 %		90 %	
Dotations aux amortissements	4 400			100 %	
Autres charges	3 100	15 %		85 %	
Charges financières	3 500			100 %	
TOTAL					

Application 2 :

3) A partir des éléments fournis dans le document 2, déterminez le jour où le seuil de rentabilité est atteint.

Document 2 :

L'entreprise est ouverte 12 mois par an et commercialise une offre au prix de 45 € HT.

L'année N, elle a vendu 3 400 unités.

Le produit a un coût d'achat de 25 € l'unité.

Les charges de structure sont de 56 000 €.

Application 3 (d'après un sujet d'examen):

UWL est une entreprise créée en 1994 près de La Rochelle par Thomas et Renaud Cardinal, passionnés par la fabrication de planches de surf pour la glisse d'été. UWL est devenue l'une des plus grandes unités de fabrication de planches de surf en Europe, avec une solide réputation de performance et de qualité.

UWL envisage d'inviter à La Rochelle un shaper Californien, Malcolm Campbell, renommé dans le monde du surf, pour préparer des planches dans son unité de production. Le produit sera alors unique, de grande qualité et parfaitement personnalisé au profil du client.

La venue du shaper est l'occasion de créer un événement commercial et d'inviter des revendeurs et des particuliers. L'événement sera d'autant plus important que l'entreprise va faire préparer des planches « BioBoard », dernière innovation de l'entreprise.

UWL annonce l'événement sur son site Internet et met en place une opération d'e-mailing.

4) Indiquez combien de planches devront être vendues pour que l'opération soit rentable.

Annexe : Éléments du calcul prévisionnel de la rentabilité de l'opération commerciale

Intervention du shaper californien Malcolm Campbell

Le shaper est un artisan et surfeur qui finalise la fabrication de la planche de surf. Son déplacement et sa renommée vont générer des frais pour l'entreprise. La campagne d'e-mailing autour de l'événement va aussi générer des charges.

A l'issue de cette manifestation, on souhaite vendre des planches Bio « BioBoard » préparées par le shaper, personnalisées et uniques.

Nous prévoyons de vendre suite à cette manifestation 30 planches Bio préparées par notre shaper californien au prix de vente moyen de 740 € HT.

Les différentes charges liées à l'événement sont calculées par le responsable de l'entreprise :

Coût de fabrication de la planche Bio	290 €
Honoraires facturés par le shaper par planche	310 €
Coût des consommations d'énergie par planche préparée	2 €
Frais de transport du shaper : billet d'avion	1 300 €
Hébergement et nourriture du shaper durant le séjour	300 €
Réalisation de la page Web pour annoncer la venue du Shaper	800 €
Réalisation et impression des plaquettes à déposer chez nos revendeurs	200 €
Encart dans la presse spécialisée	150 €
Coût de revient du e-mailing	150 €
Charges fixes de structure afférentes au magasin	50 €
Amortissements (fixe) des machines de fabrication des planches	150 €

Application 4 (d'après sujet d'examen):

La société Fitnessform, située à Montbéliard, a ouvert ses portes le 5 juin 1990. Plus qu'un club de sport, qu'un centre de remise en forme ou qu'un institut de thalasso-thérapie, Fitnessform est un réel concept centré sur la « Santé-Famille ». Ses clients bénéficient d'un matériel performant et d'un encadrement compétent.

5) Déterminer le prix de vente HT d'un trampoline.

6) Calculez le nombre minimal de clients pour ne pas être en perte.

Annexe A : Éléments financiers

Coût d'achat d'un trampoline à notre fournisseur : 450 € HT

Taux de marge : 20 %

Notre responsable commercial compte vendre 800 trampolines la première année, ce qui correspond à 40 clients équipés. Chaque client commande en moyenne 20 trampolines et une formation.

Tarif moyen d'une formation : 460 € HT

Annexe B : Charges prévisionnelles relatives à l'opération « trampolines »

Rémunération variable du commercial	2 % du CA net hors CA formation
Rémunération fixe du commercial à imputer à l'opération	2 420 €
Rémunération du personnel administratif à imputer à l'opération	3 000 €
Coût fixe de traitement des 40 commandes	836 €
Budget communication	3 750 €

Remarque : Les charges sociales s'élèvent à 50 % des rémunérations versées.