

THEME 2 : LES ECARTS SUR CA ET MARGE

I. L'analyse des ventes d'un produit unique

A. Analyse du CA

Écart sur CA = CA réel – CA Budgété (Quantités prévisionnelles * prix de vente prévisionnel)

	Prévu			Réel			ECART
	Quantité	P. Vente	CA	Quantité	P. Vente	CA	
Produit 1	8000	50 €	400 000 €	9200	48 €	441 600 €	41 600€

2 écarts :

- **Écart sur prix** = (Prix réel – Prix budgété) * Quantité réelle
(48€-50€)*9200 => - 18400€ Défavorable
- **Écart sur quantité** = (Quantité réelle – Quantité budgétée) * Prix de vente budgété
(9200-8000)*50€ => 60000€ Favorable

B. Analyse de la marge

Le coût prévu est de 15€ et le coût réel a été de 13€

- Marge unitaire prévue : 50€ - 15€ = 35€
- Marge unitaire réelle : 48€ - 13€ = 35€
- Marge réelle en fonction du coût prévu : 48€ - 15€ = 33€

	Prévu			Réel			ECART
	Quantité	Marge unitaire	CA	Quantité	P. Vente	CA	
Produit 1	8000	35€	280 000 €	9200	33 €	303 600 €	23 600 €

Le calcul de la marge (réelle ou prévue) est effectué en tenant du coût préétabli (prévu).

Les différences liées aux coûts de revient ne doivent pas fausser l'analyse de la performance commerciale.

2 écarts :

- **Écart sur marge** = (Marge réelle – Marge prévue) * Quantité réelle
(33€-35€)*9200 => -18400€ Défavorable
- **Écart sur quantité** = (Quantité réelle – Quantité budgétée) * Marge prévue
(9200-8000)*35€ => 42000€ Favorable

II. L'analyse des ventes multi produits

A. Analyse du CA multi produits

	Prévu			Réal			ECART
	Quantité	P. Vente	CA	Quantité	P. Vente	CA	
Produit 1	8000	50,00 €	400 000,00 €	9200	48,00 €	441 600,00 €	41 600,00 €
Produit 2	12000	40,00 €	480 000,00 €	11300	39,00 €	440 700,00 €	- 39 300,00 €
Produit 3	10000	25,00 €	250 000,00 €	10500	27,00 €	283 500,00 €	33 500,00 €
TOTAL			1 130 000,00 €			1 165 800,00 €	35 800,00 €

	Ecart sur prix	Ecart sur quantité
Produit 1	-18400€	+60000€
Produit 2	-11300€	-28000€
Produit 3	+21000€	+12500€
TOTAL	-8700€	+44500€

Lorsque l'entreprise vend plusieurs produits, il est possible de scinder l'écart sur quantité en deux sous écarts :

- **Ecart sur volume global des ventes**

Calcul du prix moyen prévu : $1\ 130\ 000 / 30000 = 37.67€$

Ecart/Volume : Prix moyen prévu* (quantité réelle – quantité prévue)

$$37.67€ * (31000-30000) = 37\ 670€ \text{ Favorable}$$

- **Ecart sur composition des ventes (ou écart mix)**

Etape 1 : Recherche en % de la composition (prévue) du portefeuille produit

	Prévu	
	Quantité	% de la composition
Produit 1	8000	26,67%
Produit 2	12000	40,00%
Produit 3	10000	33,33%
TOTAL	30000	100%

Etape 2 : Adaptation des % de la composition (prévue) aux quantités réelles et détermination des écarts sur composition

	Réal				
	Quantité	Qté si respect de la composition	Ecart en quantité	Prix prévu	Ecart en €
Produit 1	9200	8267	933	50,00 €	46 650,00 €
Produit 2	11300	12400	-1100	40,00 €	-44 000,00 €
Produit 3	10500	10333	167	25,00 €	4 167,00 €
TOTAL	31000	31000	0		6 817,00 €

Si l'écart total sur quantité est de 44500€ c'est :

- Parce que le volume global des ventes est supérieur (écart sur volume : + 37670€)

- Parce que la composition des ventes a été orienté de façon plus forte que prévue vers des produits dont le prix est élevé (produit A principalement). L'écart sur composition est donc favorable de 6817€

La somme des deux écarts (volume et composition) correspond à l'écart sur quantité.

B. Analyse de la marge multi produits

L'analyse de la marge multi produits est identique, dans la démarche, à celle de l'analyse du CA multi produits. Au lieu d'analyser le prix de vente, il est faut analyser la marge selon les principes évoqués dans le grand B de la 1^{ère} partie.

EXERCICES

Exercice 1 : Ecart sur CA (mono-produit)

Une entreprise commercialise un produit unique. Les ventes prévues de ce produit sont pour le mois de janvier N de 8000 unités à un prix unitaire de 60€ HT.

Le chiffre d'affaires hors taxes du mois de janvier a été de 482 024.40€ pour 8268 produits vendus.

1- Déterminez :

- a. L'écart sur CA**
- b. L'écart lié à quantités vendues**
- c. L'écart lié au prix**

Exercice 2 : Ecart sur CA et sur marge

La société Prévisse assure la commercialisation d'un petit appareil électroménager pour des détaillants et des supermarchés. La société vous communique les éléments suivants :

Prévisions de ventes du mois :

Détaillants : 10000 unités Supermarchés : 5000 unités

Prix de vente détaillants : 60€ Prix de vente supermarché : 55€

Cout variable unitaire détaillant : 36€ Cout variable unitaire supermarché : 33€

Les chiffres réels du mois sont les suivants :

	Détaillants	Supermarchés
CA	561000€	295500€
Quantité vendue	9500 unités	5400 unités
Marge réalisée	247630€	105300€

Ecarts sur le CA

- 1- Déterminez l'écart global sur CA
- 2- Déterminez l'écart global sur CA par type de clientèle
- 3- Scindez pour chaque type de clientèle l'écart sur CA en écart sur prix et écart sur quantité
- 4- Scindez l'écart global sur quantité en écart sur volume et écart sur composition.

Ecarts sur la marge

- 1- Déterminez l'écart global sur marge
- 2- Déterminez l'écart global sur marge par type de clientèle
- 3- Scindez pour chaque type de clientèle l'écart global sur marge en écart sur marge et écart sur quantité
- 4- Distinguez pour chaque type de clientèle l'écart sur volume et l'écart sur composition

Exercice 3 :

La société Nutrit commercialise des produits diététiques en utilisant deux modes de distributions :

- Les représentants externes
- Les grossistes

La société vous communique les éléments suivants :

Ventes prévues sur le premier semestre N

	CA prévu facturé par les représentants externes			CA prévu facturé aux grossistes		
	Quantité	Prix unitaire net	Montant	Quantité	Prix unitaire net	Montant
Produits diététiques	12 000	12 €	144 000 €	20 000	10 €	200 000 €

Ventes réalisées au cours du premier semestre N

	Quantité	CA facturé par les représentants externes	Quantité	CA facturé aux grossistes répartiteurs
Produits diététiques	11 000	148 500 €	26 000	221 000 €

1. Présenter, dans un tableau, le calcul de l'écart de CA par canal (représentants et grossistes) et globalement.
2. Calculez :
 - 2.1 Un écart sur prix pour le canal « Représentants » et pour le canal « Grossistes »
 - 2.2 Un écart sur composition des ventes,
 - 2.3 Un écart sur volume global.



Exercice 4 :

La société Micro Vision SAS, créée en 1983, est une entreprise spécialisée dans la fabrication de lunettes.

La direction souhaite analyser les résultats de la gamme de produits « Vista », qui comprend trois modèles différents de lunettes de soleil destinées aux femmes : Vista 100, Vista 110 et Vista 120.

On peut estimer que les trois modèles, qui font partie d'une même gamme, sont substituables. La direction souhaite que la composition des ventes soit respectée par les vendeurs.

L'entreprise étant organisée en centres de responsabilités, il existe trois centres pour la ligne de produits étudiée :

- un centre approvisionnement, qui maîtrise la négociation des prix d'achat, les quantités achetées pour certaines références et les arbitrages entre prix et qualité. Le prix de cession des composants et matières premières lors du transfert au centre de production est le coût réel d'achat.
- un centre de production, qui fabrique les produits finis.
- un centre de distribution, qui est responsable des prix de vente dépendant des remises accordées aux clients et des quantités vendues.

A l'aide de l'annexe :

- 1. Calculer l'écart sur marge imputable au centre de distribution pour le mois de mai N.***
- 2. Proposer une analyse de cet écart sur marge en faisant apparaître, notamment, un écart de composition et un écart sur volume***
- 3. Commenter les résultats obtenus.***
- 4. Pourquoi cet écart sur marge n'est-il pas déterminé à partir des coûts réels de production ?***

Annexe

Données prévisionnelles applicables au mois de mai N

Actuellement, les coûts de production des modèles Vista 100, Vista 110 et Vista 120 sont respectivement de 98 €, 115,50 € et 184 €.

Les ventes prévues sont de 5 000 Vista 100, 8 000 Vista 110 et 6 000 Vista 120.

Les prix de vente unitaires prévus des produits Vista 100, Vista 110 et Vista 120 sont respectivement de 150 €, 210 € et 260 €.

Données réelles du mois de mai N

Modèles	Vista 100	Vista 110	Vista 120
Stock au 1^{er} mai N	500 unités	1 100 unités	650 unités
<i>Production</i>	6 000 unités	7 000 unités	4 500 unités
<i>Quantités vendues</i>	6 400 unités	5 800 unités	4 700 unités
<i>Prix de vente unitaire</i>	126 €	200 €	260 €

Exercice 5 :

L'hôtel SUN est situé sur l'île de la Réunion. L'hôtel propose 40 nuitées par jours. Le directeur de l'hôtel aimerait réfléchir à une nouvelle politique tarifaire.

Pour l'instant la politique tarifaire est la suivante (base 360 jours ouvrables par an)

	Année N-1 (réelle)		Année N-2 (prévue)	
	Prix	Nb Nuits	Prix	Nb Nuits
Basse saison	100,00 €	3040	95,00 €	3708
Moyenne saison	125,00 €	3610	125,00 €	3670
Haute saison	150,00 €	2850	148,00 €	2910

1- Calculez le CA et le taux d'occupation moyen pour les deux années (N-1 et N-2)

2- Déterminez l'écart total du CA entre N-1 et N-2

M. Pierre, vous précise que l'écart sur quantité (concernant les 3 types de saison) entre les deux années est de 79840€ (écart défavorable).

3- Après avoir justifié cet écart, vous le décomposerez en :

- *Ecart sur composition*
- *Ecart sur volume*

4- Déterminez l'écart sur prix

5- Commentez les résultats obtenus

Le directeur de l'établissement soucieux d'améliorer son taux d'occupation étudie la possibilité d'adhérer à une centrale de réservation qui gérerait l'ensemble des réservations de l'hôtel.



Les frais fixes d'adhésion à la centrale seraient de 5000€ et la commission sur les réservations de 10% du CA.

6- Déterminer le surcroît de CA (par rapport à N-1) à réaliser pour que l'adhésion à la centrale soit rentable.

Le directeur de l'hôtel espère (grâce à l'adhésion à une centrale de réservation) une augmentation de son CA de 210000€ par an. Cette adhésion n'aurait aucun impact sur le CA de la haute saison. L'augmentation de 210000€ du CA peut être répartie pour 40% en moyenne saison et 60% en basse saison.

7- Rechercher le nombre de nuitées supplémentaires générées par cette augmentation du CA en moyenne et basse saison (conserver les prix de N-1)

8- Déterminez le nouveau taux d'occupation de l'hôtel (avec l'effet de l'adhésion à une centrale de réservation).