

Correction chapitre 4

✓ Partie 1 : Calculs de base

Marge commerciale unitaire initiale

- Prix d'achat HT = 900 €
- Prix de vente HT = 1 300 €
- Marge unitaire = 1 300 € – 900 € = **400 €**

Taux de marge et taux de marque

- Taux de marge = (Marge ÷ Prix d'achat) × 100
⇒ (400 ÷ 900) × 100 = **44,44 %**
- Taux de marque = (Marge ÷ Prix de vente) × 100
⇒ (400 ÷ 1 300) × 100 = **30,77 %**

✓ Le taux de marque est supérieur à 25 %, donc la marge est conforme aux exigences de l'entreprise.

Coefficient multiplicateur

- Coefficient = Prix de vente ÷ Prix d'achat
⇒ 1 300 ÷ 900 = **1,44**

▼ Impact d'une remise de 8 %

Nouveau prix de vente HT après remise

- 8 % de 1 300 € = 104 €
- Nouveau prix de vente HT = 1 300 € – 104 € = **1 196 €**

Nouvelle marge unitaire

- 1 196 € – 900 € = **296 €**

Nouveau taux de marque

- (296 ÷ 1 196) × 100 = **24,75 %**

⚠ **Conclusion** : Le taux de marque passe sous les 25 % minimum requis → La marge n'est plus acceptable selon la politique de l'entreprise.

✓ Partie 2 : Négociation et contreparties

Quantité supplémentaire à vendre

Objectif : retrouver la **marge globale initiale** ($400 \text{ €} \times 30 = 12\,000 \text{ €}$).

Nouvelle marge unitaire = 296 €

Nombre d'unités nécessaires : $12\,000 \div 296 \approx 41$ unités

👉 Il faudrait vendre **11 unités en plus** (total : **41**) pour compenser la baisse de marge par la remise.

Proposition de contrepartie

- **Contrepartie possible** : Paiement **comptant à la commande**
- Autre : **Engagement sur 2 ans** pour renouveler le matériel chaque année

Alternative à la remise

Si vous refusez la remise, vous pouvez proposer :

- **Livraison et installation gratuite**
- **Extension de garantie 2 ans incluse**
- **Support technique offert pendant 6 mois**

✓ Partie 3 : Analyse critique

Nouveau scénario : 40 unités avec 8 % de remise

- **Nouveau prix de vente unitaire** : 1 196 €
- **Marge unitaire** : 296 €
- **Marge globale sur 40 unités** : $296 \times 40 = 11\,840 \text{ €}$

Marge initiale sur 30 unités : $400 \times 30 = 12\,000 \text{ €}$

→ **Conclusion** : La **marge globale baisse légèrement**, donc ce n'est **pas totalement équivalent**, mais c'est **presque compensé** (écart de 160 €).

Indicateur le plus pertinent : Taux de marque

- Le **taux de marque** mesure la **rentabilité réelle sur le prix de vente**.
- Il permet de savoir **si la marge respecte la politique commerciale minimale** (25 % ici).
- Il est plus adapté que le **taux de marge**, qui exprime le gain par rapport au coût d'achat, mais **ne garantit pas** le respect de la stratégie de prix de vente.

