



le monde des
PÂTISSIERS
& **CHOCOLATIERS**

confiseurs · glaciers · biscuitiers

#162-2

Trimestriel

Septembre-octobre 2024

Supplément du Monde

des Artisans

n° 162



04 ÉVÈNEMENT

Salon du Chocolat
de Paris

12 ENTREPRENEUR

REÏS, glacier onirique

28 BRANDING

Travailler son design
global

NOËL 2024

**SAVOURER
LA DOUCEUR** P. 24



Retrouvez
toute l'actualité
de la Confédération
en pages I à VIII

GESTION-COMPTABILITÉ

Prix d'achat, prix de vente, marge : comment s'y retrouver ?

Dans un contexte de hausse des prix des matières premières, gérer vos coûts et ajuster vos prix de vente est essentiel pour maintenir la rentabilité de votre entreprise. Voici trois axes pour naviguer dans ce triangle complexe : évaluer le coût de vos stocks de matières premières, ajuster vos prix de vente et connaître votre concurrence.



©NATEE MEEPIAN/ADOBE STOCK

1. Bien évaluer le coût de ses stocks

L'évaluation précise de vos stocks de matières premières est le premier pas vers la définition de prix adaptés. Voici quelques conseils pour y parvenir...

- **Suivez les prix des matières premières.** Cacao, sucre, lait : tenez-vous informé des fluctuations de prix. Basez-vous sur les rapports de marché et les outils en ligne existants, ou interrogez vos fournisseurs. En principe, ces derniers doivent eux-mêmes communiquer sur les variations (notamment les couverturiers et coopératives).
- **Suivez vos coûts d'achat.** Il suffit de se baser sur les dernières factures. Savoir combien on a acheté permet de mieux

évaluer son stock et de mieux répercuter sur son prix de vente.

- **Affinez votre stratégie d'approvisionnement.** Si possible, achetez de gros volumes tant que le prix est bas, sinon il convient de lisser ses achats dans le temps. Négociez avec vos fournisseurs pour optimiser vos tarifs ou conditions de paiement. Envisagez également de diversifier vos sources d'approvisionnement pour éviter de dépendre d'un seul fournisseur. Si votre trésorerie et votre espace de stockage le permettent, achetez les produits non périssables en grosse quantité pour bénéficier de remises sur les volumes.
- **Instaurez des inventaires réguliers.** Cela permet d'éviter les

surstocks et les ruptures de stock, qui peuvent coûter cher (parfois à hauteur de milliers d'euros!). Ils peuvent être tournants ou partiels : inventaires par zone, par type de produit ou pour les produits sensibles (à grosse valeur ou à grosses fluctuations).

2. Prix de vente et marge brute

Pour garantir la rentabilité de vos produits, il est crucial de déterminer un prix de vente suffisant pour dégager une marge brute « dans le vert ». Voici un glossaire précis pour y voir plus clair...

- Le coût d'achat.** Il correspond au coût des matières premières.
- Marge brute.** C'est votre chiffre d'affaires, après déduction des

achats de matière première (le rapport entre marge brute et chiffre d'affaires correspond au taux de marge). Il est essentiel de surveiller le taux de marge brute, si possible mois par mois... La marge brute doit permettre de couvrir les frais fixes (loyers, salaires, honoraires, énergie, etc.).

Le prix de vente. Il doit permettre de dégager une marge brute suffisante. Tous vos coûts variables (matières premières) et fixes (main-d'œuvre, énergie, loyer, amortissement des équipements) doivent être intégrés au calcul. Il existe quantité de logiciels de gestion et d'applications pour suivre vos dépenses et charges, mais un simple tableur Excel peut suffire.

3. Analyser sa situation concurrentielle

C'est une démarche parfois désagréable, mais essentielle pour ajuster vos prix et rester compétitif. Ajustez les prix en tenant compte de votre positionnement et de la concurrence: si votre analyse concurrentielle est bien faite, vos prix resteront attractifs tout en préservant votre rentabilité.

➤ **Réalisez une analyse SWOT** (forces, faiblesses, opportunités, menaces). Celle-ci permet d'évaluer votre position sur le marché. Cela vous aidera à identifier vos atouts et les domaines à améliorer.

➤ **Visitez vos concurrents** (au moins virtuellement). Étudiez leurs prix, leur qualité et leur stratégie marketing. Visitez leurs boutiques, analysez leurs offres en ligne et lisez les avis des clients pour comprendre leurs faiblesses et points forts.

➤ **Différenciez-vous.** Mettez en avant ce qui vous distingue de vos concurrents: la qualité supérieure de vos chocolats, des ingrédients uniques, un service client exceptionnel ou une histoire de marque captivante.

ÉCLAIRAGE D'EXPERT

Avec l'inflation et la flambée des prix du cacao, la profession fait face à un dilemme: comment maintenir des marges tout en restant compétitif sur un marché de plus en plus tendu? Denis Guilbaud, expert-comptable Associé chez Exponens, nous livre quelques pistes pour surmonter ces difficultés.

« Les artisans chocolatiers doivent mettre la question de la marge au cœur de leur analyse », indique Denis Guilbaud. L'expert-comptable estime qu'il est « *inévitable* » d'augmenter les prix de vente pour compenser les hausses de prix des matières premières. Mais cette augmentation doit être effectuée de manière réfléchie et lissée. « Vous devez analyser votre marge et déterminer un coefficient de marge », précise-t-il. Il est crucial de suivre attentivement les factures récentes et les variations du cours du cacao.

“ CA mensuel et saisonnier, taux de marge, niveaux de frais fixes... Chaque année, lors du bilan, il faut avoir cette discussion “sur le passé” avec votre expert-comptable, pour mieux agir dans le futur. »

Optimisation des achats et maîtrise des coûts fixes

« Le prix d'achat des matières premières est également sujet à d'autres aléas, comme le coût du transport ou les droits de douane », ajoute Denis Guilbaud. Pour éviter que ces coûts ne grèvent trop la rentabilité, l'expert-comptable suggère de revoir les fournisseurs ou de négocier de meilleurs tarifs. « Les achats groupés peuvent aussi être une solution », souligne-t-il. Il faut aussi suivre le cours et parler avec ses confrères, confrontés aux mêmes réalités. » Il est tout aussi important de bien connaître ses frais fixes (salaires, loyers, maintenance, etc.). « La marge brute doit permettre d'absorber ces frais fixes », prévient l'expert. Quand il devient difficile d'atteindre l'équilibre, ou que les frais fixes augmentent, il faut répercuter ces hausses dans les prix ou trouver d'autres solutions d'économies.

Le seuil de rentabilité: un indicateur clé

Pour assurer une gestion saine de son entreprise, il est ainsi crucial de bien connaître son seuil de rentabilité. Ce « *point mort* », rappelle Denis Guilbaud, c'est « le seuil de chiffre d'affaires à partir duquel on devient rentable ». Pour le déterminer, il faut prendre en compte le taux de marge et les frais fixes. « Par exemple, si je sais que mon taux de marge brute s'élève à 60 %, et que mes frais fixes sont de 10 000 € mensuels, alors je dois réaliser chaque mois un chiffre d'affaires d'environ 17 000 € pour être à l'équilibre. C'est mon seuil de rentabilité. »

Communiquer auprès des clients

Pour ne pas surprendre sa clientèle, « il est impératif d'anticiper et d'augmenter ses prix, si possible progressivement, avant les pics d'activité », recommande Denis Guilbaud. Ne négligez pas le travail de communication vis-à-vis des clients ». Pour justifier les augmentations, il est judicieux de miser sur des supports visuels, tels que des flyers ou affichages explicatifs, qui présentent les raisons de ces hausses: rémunération des producteurs de cacao, conditions climatiques...