

1. Marge prévisionnelle pour chacune des quatre années :

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Total	Moyenne
Prix de vente	19	16	15	15		16.02
Quantité	800 000	1 250 000	1 400 000	900 000	4 350 000	
Chiffre d'affaires	15 200 000	20 000 000	21 000 000	13 500 000	69 700 000	
Taux de marge	40 %	25 %	20 %	20 %		25.80 %
Marge	6 080 000	5 000 000	4 200 000	2 700 000	17 980 000	

(0.5 points, 5 mn)

2. Prix de vente unitaire moyen sur la période et taux de marge moyen et marge unitaire moyenne pour la période :

* Prix de vente unitaire moyen : $69\,700\,000 / 4\,350\,000 = 16.02$ D.

* Taux de marge moyen : $17\,980\,000 / 69\,700\,000 = 0.258$ ou 25.8 %

* Marge unitaire moyenne : $17\,980\,000 / 4\,350\,000 = 4.13$ D.

(0.75 points, 5 mn)

3. Coût cible :

La méthode du coût cible (*targetcosting*) ou coût objectif est fondée sur l'idée que le prix de vente du produit est fixé par le marché et ne dépend pas du coût. C'est donc le coût du produit qui doit être adapté aux prix du marché.

Le coût cible peut donc être défini comme le coût maximal possible sous contrainte du prix de vente admissible et de la marge souhaitée.

(1 point, 5 mn)

Prix de vente – Marge = Coût cible

Nous obtenons ici : - prix de vente moyen : 16.02 ;

- marge moyenne : 4.13 ;

- coût cible : 11.89.

(0,5 points, 5 mn)

4. Coût cible par composant et comparaison avec le coût estimé :

	En % du coût cible total	Coût cible	Coût estimé
Encre (*)	19.60	2.33	1.90
Pointe	16.60	1.97	2.40
Anneau de pointe	6.40	0.76	0.50
Réserve	4.80	0.57	0.90
Barre	4.20	0.50	0.70

Corps	29.20	3.47	3.60
Opercule	3.00	0.36	0.35
Orifice	2.40	0.29	0.30
Capuchon	13.80	1.64	2.30
TOTAL	100	11.89	12.95

(*) Pour l'encre : $(16\% \times 2/5) + (22\% \times 3/5) = 19.60\%$

(1,5 points, 10 mn)

(0.5 points, 5 mn)

Le coût estimé doit être globalement réduit pour tendre vers le coût cible.

5. Incidence de la modification envisagée sur le coût cible :

	Avant modification	Après modification
Prix de vente moyen	16.02	15.72
Marge moyenne	4.13	4.06
Coût cible	11.89	11.66
Coût estimé	12.95	12.35
Écart	1.06	0.69

(1 point, 8 mn)

6. Moyens pour rapprocher le coût cible et le coût estimé :

L'entreprise peut rapprocher le coût cible du coût estimé par des manipulations successives : analyse de la valeur, sélection et partenariat avec les fournisseurs, les sous-traitants, etc.

(0.75 points, 3 mn)