

2 Fixer un prix de vente au consommateur

Bien que les prix de vente en magasin soient fixés par le siège pour chaque référence, Mme Mascarte décide de vous fournir quelques explications sur la formation des prix.

6. Surlignez les éléments qui composent le prix de vente puis replacez-les dans un ordre logique.

→ doc 7 Annexe 4, colonne 1

7. Retrouvez les formules de calcul manquantes.

→ doc 7 Annexe 4, colonne 2

8. Entraînez-vous en retrouvant, pour chaque référence proposée et à partir des données chiffrées, les éléments manquants.

→ Annexe 4

Doc 7 La procédure de fixation du prix de vente



Un commerçant peut fixer lui-même les prix de vente affichés en magasin... Pour cela, il faut tenir compte du profil de la clientèle et des charges à couvrir, relativement élevées et liées aux frais de fonctionnement du magasin, ainsi que des bénéfices souhaités... La rémunération du commerçant en dépend ! Bien sûr, d'autres paramètres interviennent dans la fixation des prix : la réglementation (par exemple, interdiction de revendre à perte, c'est-à-dire en dessous du prix d'achat), la concurrence aussi... Faut-il pratiquer les mêmes prix, des prix plus ou moins élevés que ceux des concurrents ? Tout dépend des choix commerciaux... Bref, ce que je souhaite t'expliquer, c'est la procédure mathématique utilisée. Le point de départ du calcul du prix de vente, c'est bien évidemment le prix d'achat du produit, toujours hors taxes et réductions éventuelles déduites ! Ah... Excuse-moi ! Hors taxes veut dire sans la TVA, la taxe sur la valeur ajoutée... Taux normal de 20 % pour les produits non alimentaires et taux réduits pour les produits alimentaires (sauf exceptions)... Il est bien évident que le commerçant ne va pas vendre ses produits au prix d'achat (même si cela existe dans le cas d'opérations promotionnelles dites « à prix coûtant ») ; il faut donc ajouter ce qu'on appelle la marge, qui va permettre de couvrir les charges (électricité, loyer, rémunération des salariés s'ils existent...) ; ce qu'il reste après déduction des charges, c'est le bénéfice ou le profit, c'est la même chose ! Tu obtiens ainsi le prix de vente HT auquel tu ajoutes le montant de la TVA pour définir le prix de vente TTC (toutes taxes comprises). Dans la pratique, les commerçants utilisent un coefficient multiplicateur qui permet de passer directement du prix d'achat HT au prix de vente TTC ; ils utilisent aussi le taux de marque ou taux de marge pour représenter leur marge en pourcentage. Le taux de marque est l'expression de la marge par rapport au prix de vente HT, et le taux de marge par rapport au prix d'achat HT...

Annexe 4 À vos calculatrices

Composantes	Formules	Legging	Tablier	Pyjama	Boxer
		2,99			
	PV HT – PA HT				1,65
Prix de vente HT (en €)		5,01	9,74	10,49	
Montant de la TVA (en €)	PV HT × taux de TVA				
Prix de vente TTC (en €)	PV HT × (1 + taux de TVA) Ou				4,99
Taux de marque (en %)	(Marge / PV HT) × 100			45	
Taux de marge (en %)					
Coefficient multiplicateur	PV TTC / PA HT		2,15		

NB : arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule. Le taux de TVA applicable est de 20 %.