

L'analyse de la relation coût/volume/profit

La marge sur coût variable

1. La notion de marge sur coût variable

a) Définition

Une **marge** est toujours une différence entre un chiffre d'affaires et un coût.

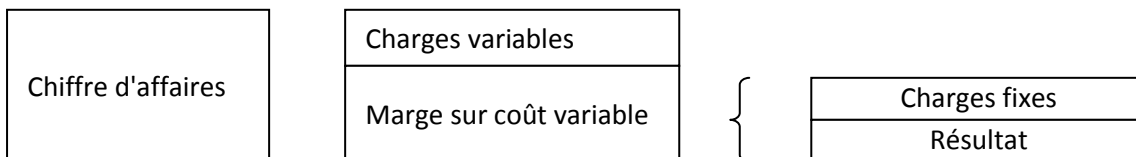
La **marge sur coût variable** est la différence entre le chiffre d'affaires et le coût variable.

Elle peut être calculée globalement au niveau d'une entreprise, mais elle peut l'être aussi au niveau d'un produit ou d'une activité particulière.

b) Interprétation

Si une entreprise dégage une marge sur coût variable de 100 000 €, cela signifie qu'après avoir pris en compte toutes les charges variables (matières, main-d'œuvre variable...), il reste 100 000 € de son chiffre d'affaires. Cette somme servira à couvrir les charges fixes (loyers, assurances...) et, si elle est suffisante, à dégager un bénéfice.

2. La marge sur coût variable et le résultat



$$\text{Résultat} = \text{Marge sur coût variable} - \text{Charges fixes}$$

3. Le taux de marge sur coût variable

a) Définition

Le taux de marge sur coût variable représente la part de la marge sur coût variable comprise dans le chiffre d'affaires.

Ou, en raisonnant pour une unité :

b) L'interprétation

Un taux de marge sur coût variable de 0,2 par exemple indique que, à chaque fois que l'entreprise vend pour 1 €, il lui reste 20 centimes qui participeront d'abord à la couverture des coûts fixes puis à dégager un bénéfice.

4. L'intérêt de la marge sur coût variable

a) La simplicité de l'approche

L'approche par les charges variables permet d'éviter la répartition des charges fixes qui, souvent, sont communes à plusieurs produits.

b) La relation coût — volume — profit

L'étude de la marge sur coût variable permet d'évaluer l'impact d'une variation des volumes produits et vendus ou des coûts sur le résultat.

L'évolution des quantités produites et vendues entraîne une variation de la marge sur coût variable totale et, de ce fait, du résultat.

De même, à partir de la marge sur coût variable, il est possible de mesurer les effets sur le résultat d'une réduction des coûts variables, d'une modification du prix de vente ou d'une augmentation des charges fixes.

Exemple : Une étude commerciale montre que, pour le produit X24, une baisse de prix de vente de 10 € à 9 € permettra d'augmenter les quantités vendues de 1 000 à 1200. Le coût variable unitaire restera à 6 €.

Les charges fixes resteront de 2 000 €. La marge sur coût variable passera de 4 000 à 3 600 € et le résultat de 2 000 à 1 600 €.

Le seuil de rentabilité

1. Définition

Le seuil de rentabilité est le niveau de chiffre d'affaires pour lequel l'entreprise ne fait ni bénéfice ni perte.

Il représente donc le chiffre d'affaires minimum à atteindre pour couvrir les charges fixes.

Quand le chiffre d'affaires réalisé est supérieur au seuil de rentabilité, l'entreprise dégage un résultat positif.

2. Le calcul

On désire connaître le chiffre d'affaires pour lequel le résultat est nul. On exprime donc le résultat en fonction du chiffre d'affaires.

Notons :

MCV = marge sur coût variable

CA = chiffre d'affaires

R = résultat

CF = coût fixe

Tm_{cv} = taux de marge sur coût variable

a) L'expression de la marge sur coût variable en fonction du chiffre d'affaires

Nous savons, par définition, que

On peut en déduire l'expression suivante : **MCV = Tm_{cv} x CA**

b) L'expression du résultat en fonction du chiffre d'affaires

Le résultat peut être calculé en fonction de la marge sur coût variable et des coûts fixes

$$R = MCV - CF$$

Ou :

$$R = (Tm_{cv} \times CA) - CF$$

c) L'expression du seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité est atteint quand le résultat de l'entreprise est nul.

On cherche donc le chiffre d'affaires qui aboutit à un résultat nul.

$$R = 0 \text{ si } MCV = CF$$

Autrement dit :

$Tm_{cv} \times CA = CF$, cette valeur du chiffre d'affaires étant le seuil de rentabilité.

D'où la formule de calcul du seuil de rentabilité

On peut exprimer le seuil de rentabilité en quantité :

Exemple : Le seuil de rentabilité en valeur pour l'Airbus A380 est estimé à 840 milliards de dollars. Le prix de vente d'un appareil étant de 280 millions de dollars, il faudra vendre 300 appareils pour rentabiliser l'opération. Le seuil de rentabilité peut être calculé par produit ou globalement pour toute l'entreprise.