La fixation des prix

Prix par les coûts · Prix par la demande · Prix par la concurrence · Modulation des prix

Dossier 1 — BoutiqueDecoTendance



Mise en situation

Fixer les prix à partir du coût de revient. Vase céramique : PA 24 €, frais 6 €, taux de marque cible 40 %. Miroir design : PA 85 €, frais 15 €, taux de marque 45 %. Luminaire : PA 120 €, frais 30 €, taux de marque 50 %. TVA 20 % sur tous les articles.

1. Calculez le coût de revient de chaque article (prix d'achat HT + frais accessoires).

2. Calculez le prix de vente HT pour chaque article en appliquant le taux de marque cible (PV HT = CR / (1 − taux de marque)).

3. Calculez le prix TTC et la marge en valeur absolue pour chaque article.

4. Quelle est la différence entre taux de marque et taux de marge ? Calculez le taux de marge du vase et du luminaire.

Dossier 2 — HypermarcheFreshMarket



Mise en situation

Analyser l'élasticité-prix et identifier le prix psychologique. Rayon vins : hausse prix +10 % → baisse quantités –8 %. Rayon bio : hausse prix +5 % → baisse quantités –12 %. Enquête prix psychologique huile d'olive bio (500 répondants) : prix 4 €→6 €→8 €, % trop cher : 5 %→22 %→60 %, % trop bon marché : 55 %→20 %→8 %.

1. Calculez et interprétez le coefficient d'élasticité-prix pour le rayon vins et le rayon bio (e = ΔQ/Q / ΔP/P).

2. Pourquoi M. Renard doit-il être prudent avant de hausser les prix au rayon bio ?

3. À partir du tableau d'enquête, identifiez le prix psychologique de l'huile d'olive bio. Expliquez la méthode.

4. Le prix psychologique de 6 € est-il cohérent avec une marge de 35 % si le coût de revient est de 3,80 € ?

Dossier 3 — PretAPorterJeuneDynamique



Mise en situation

Analyser le positionnement prix face à la concurrence. Jean slim : nous 65 €, concurrent A 59 €, B 72 €, C 55 €. Hoodie : nous 48 €, A 52 €, B 45 €, C 50 €. Sneakers : nous 89 €, A 95 €, B 85 €, C 79 €. Positionnement cible : légèrement au-dessus de la moyenne du marché.

1. Calculez le prix moyen de marché pour chaque article (moyenne des 4 acteurs).

2. Analysez le positionnement actuel de PretAPorter pour chaque article par rapport au prix moyen.

3. Proposez un ajustement de prix pour le hoodie pour être à +5 % au-dessus de la moyenne.

4. Quels sont les avantages et les limites de la fixation des prix par la concurrence ?

Dossier 4 — RestaurantBistronomiqueLeModerne



Mise en situation

Optimiser le revenu par la tarification dynamique (yield management). Services semaine : midi sem. (5×/sem.) : taux 55 % → 85 % avec tarif 28 €→22 €. Midi WE (2×/sem.) : taux 75 % → 70 % avec tarif 28 €→35 €. Soir sem. (5×/sem.) : inchangé 65 %, tarif 42 €. Soir WE (2×/sem.) : taux 90 % → 80 % avec tarif 42 €→55 €. Capacité : 60 couverts.

1. Calculez le CA hebdomadaire actuel pour chaque service (CA = couverts × services/semaine × taux × tarif).

2. Calculez le CA hebdomadaire avec la tarification modulée. Quel gain hebdomadaire et mensuel (×4) ?

3. Expliquez la logique du yield management. Pourquoi baisser les prix du midi semaine peut-il être profitable ?

4. Quels risques et limites le yield management présente-t-il en restauration ?

