



PARCOURS GOOD FOOD

MODULE 10 - PLAN FINANCIER (PARTIE 2)



GoodFood

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels 

INTRODUCTION

INTRO (I) - CADRE DE TRAVAIL

Être pleinement présent.e

Parler en « je »

Ni comparaison, ni jugement

Se faire confiance et faire confiance aux autres

Confidentialité et discrétion

Autre chose à ajouter ?

INTRO (II) - Q/R

Avez-vous des questions quant au module précédent ?

INTRO (III) - RAPPEL OBJECTIFS ET DÉROULÉ

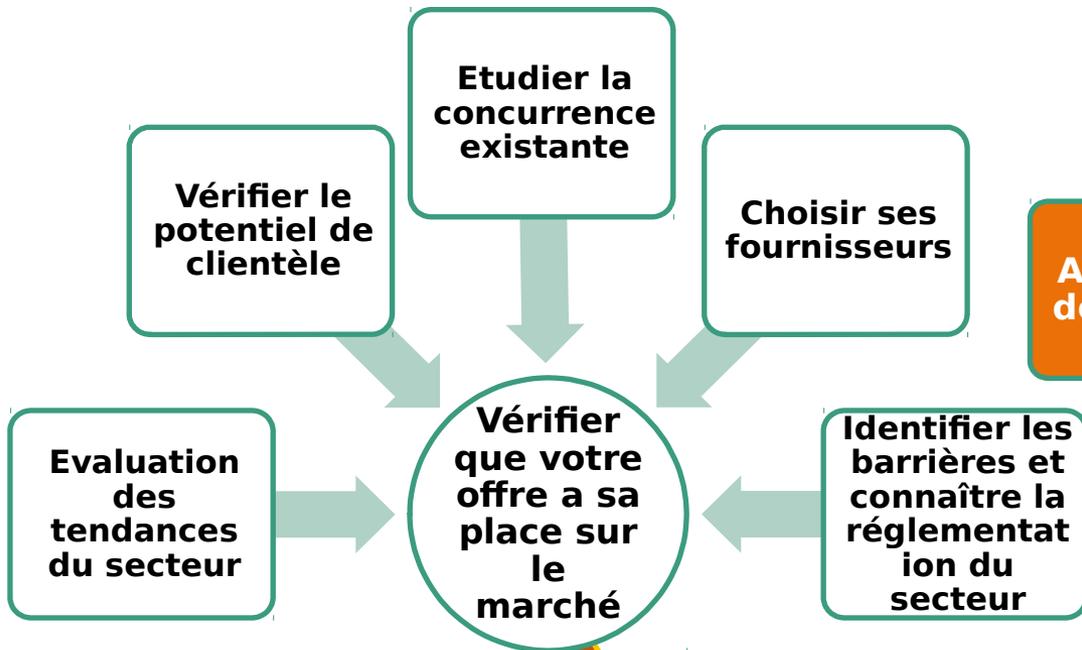
Que vous ayez compris les notions clés du plan financier
Que vous ayez compris à quoi sert chaque composante

Que vous puissiez réaliser une EDM complète
Vous aider à transformer vos hypothèses en chiffres

#Module	Date	Titre et Objectifs
Module 9 LES DIFFERENTS ELEMENTS DU PLAN FINANCIER	20/09	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Introduction à la notion de plan financier ✓ Les 4 elements du PF ✓ Notions clés : Seuil de Rentabilité, TVA, cotisations sociales, système d'imposition, etc
MODULE 10 COMMENT CONSTRUIRE SES PRÉVISIONS FINANCIÈRES	27/09	<ul style="list-style-type: none"> ✓ évaluer la viabilité et la faisabilité de son projet ✓ Décomposition du chiffre d'affaires et méthodes de prévision; ✓ Equilibrage de ses sources de financement
MODULE 11 STATUTS JURIDIQUES ET OBLIGATIONS LÉGALES	27/09	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les Implications financières et pratiques d'un lancement en tant qu'indépendant ✓ Formes juridiques dans le nouveau code des sociétés (IPP ; SRL ; SC ; ASBL).
MODULE 12 - SYNTHÈSE ET APPLICATION PRATIQUE	04/10	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prise en mai du fichier « Plan Financier » (Excel) ✓ Applications aux projets des porteurs. ✓ Questions-réponses et clarifications.

Un PF -adapté à votre projet

Partie descriptive de votre projet



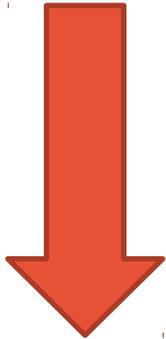
Plan financier



ESTIMATION DU C.A PRÉVISIONNEL

CHIFFRE D'AFFAIRES : 3 NOTIONS CLÉS

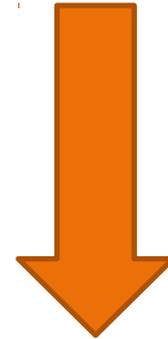
Hypothèses de Chiffre d'affaire (CA)



CATEGORIES
DE PRODUITS
OU SERVICES



QUANTITE

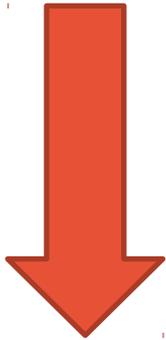


PRIX

CHIFFRE D'AFFAIRES : NOTIONS CLÉS

1) CATEGORIE DE PRODUITS ET SERVICES

QUELLE UNITÉ DE MESURE ?



A choisir selon

- Diversité de l'activité (nbre de produits et services)
- Précision des données dont on dispose (test !!!)

En alimentation – catégories utilisées :

- Produit individuel
- Catégorie de produits
- Couvert – panier moyen

Chiffre d'Affaires : notions clés

ET VOUS?

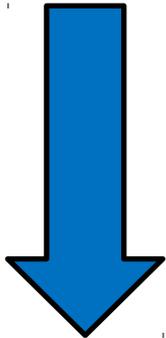
Quel est votre chiffre d'affaires prévisionnel ?

- Sur base de quels services

CHIFFRE D'AFFAIRES : NOTIONS CLÉS

2) QUANTITÉS

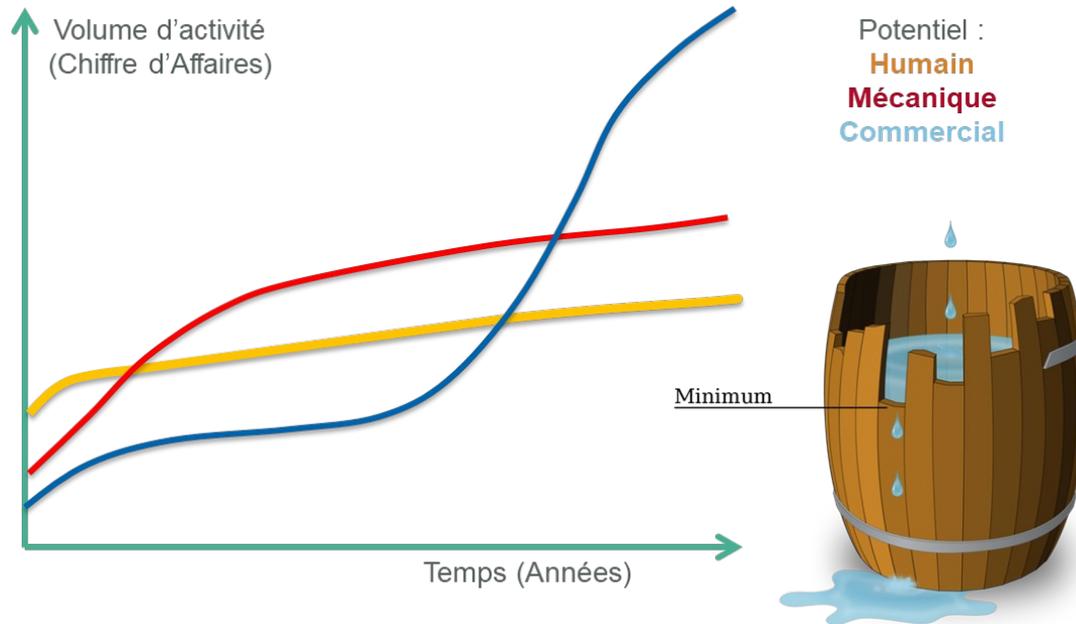
Sources de données pour estimer un C.A réaliste?



- Etude de **marché**
- Localisation** : Intensité et horaire du passage, accessibilité
- Expérience de test**
- Expérience** du passé (s'il s'agit d'une reprise, d'un développement, ...)

C.A / Quantités : notions à prendre en compte

- ❑ **Saisonnalité** : mois creux, vacances, etc.
- ❑ Prendre en compte un **démarrage progressif**
- ❑ **Notion de facteur limitant** (locaux, disponibilités de l'équipe, etc.)



Chiffre d'Affaires : notions clés

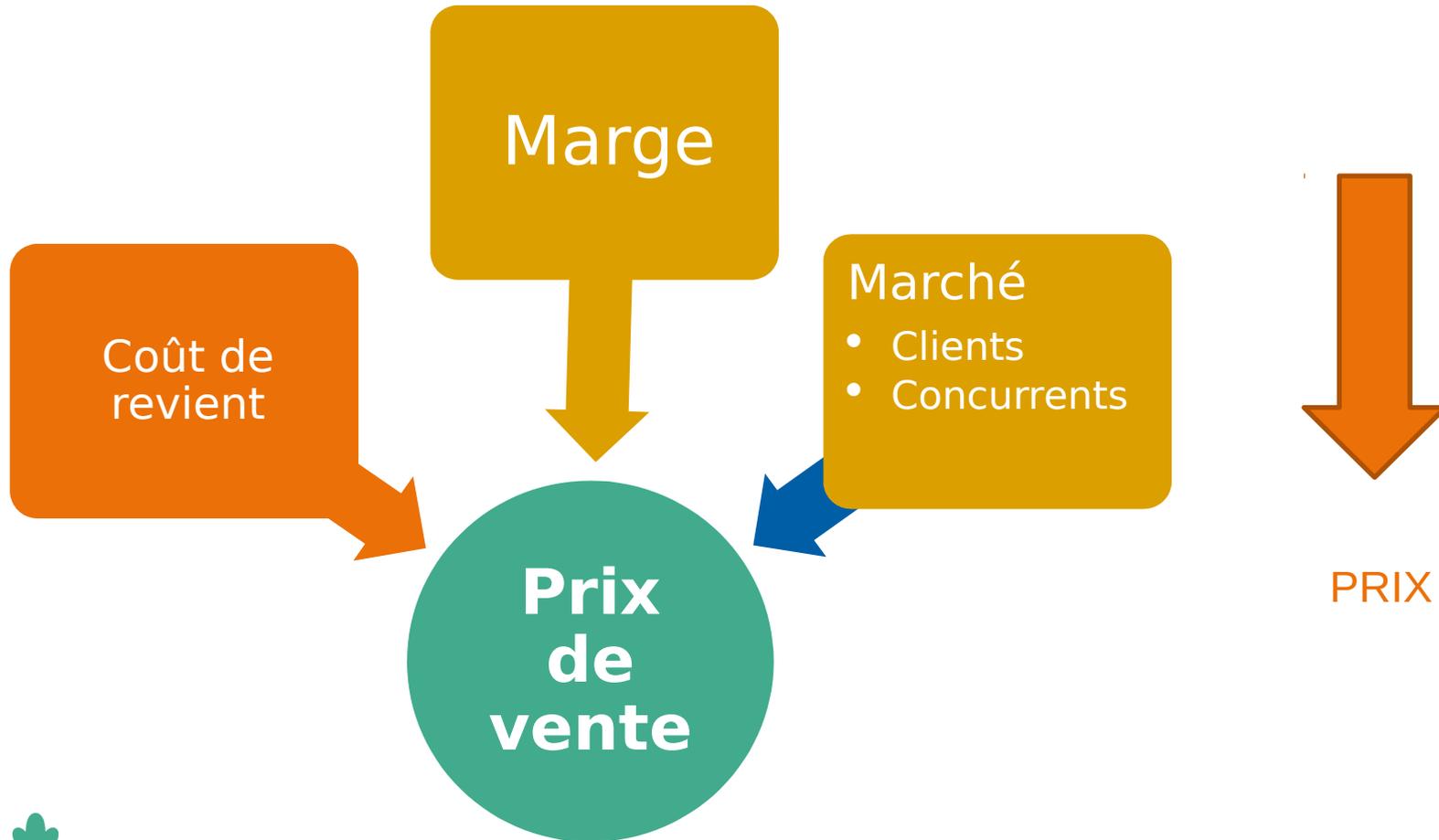
ET VOUS?

Quel est votre chiffre d'affaires prévisionnel ?

- Sur base de quelles quantités?

CHIFFRE D'AFFAIRES : NOTIONS CLÉS

3) PRIX DE VENTE



PISTES POUR DÉTERMINER SON PRIX DE VENTE

Quel chemin suivre ?

Étape 1 : Calculer son prix/coût de revient

Étape 2 : Calculer sa marge

Étape 3 : Calculer son prix de vente

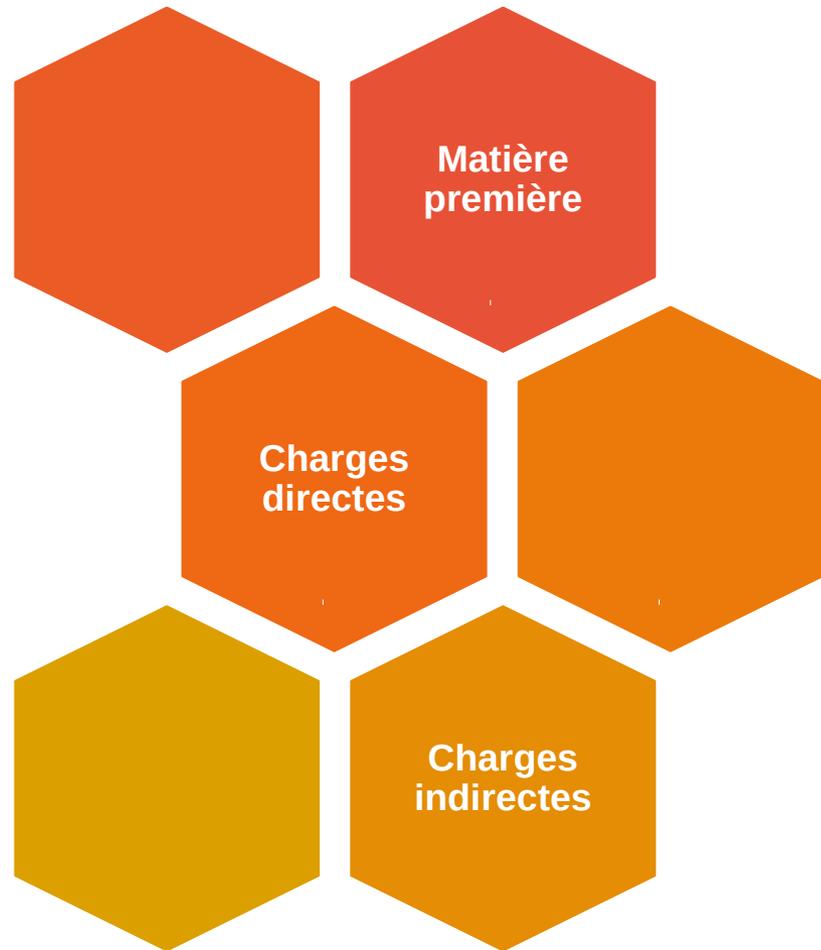
Étape 4 : Entamer une vérification sur le marché

1. Le prix de revient

•• **Le prix de revient :**

Prix de vente minimal que vous devrez appliquer afin de ne pas réaliser de pertes

Il comprend donc
l'ensemble des
coûts encourus
lors de la
production et de
la **vente** de votre
produit/service



Le prix de revient

Comment calculer mon prix de revient?

1) Additionner toutes les charges de la période

2) Diviser ce montant par le nombre de produits que l'on pense pouvoir vendre sur cette période (ou le nombre d'heures que l'on pense pouvoir prester sur cette période)

= Le coût de revient unitaire de mon produit ou de mon service

Remarques

- Prenez une base de **220 jours**/an et non de 365 jours pour estimer votre production
- Tenez compte du **temps qui ne peut être facturé**
- Veillez à ne **négliger aucun coût** mais veillez également à **ne pas comptabiliser deux fois** un même montant !

EXERCICES

À vous de jouer

EXERCICE

A vous de jouer

Un bar à cocktail doit définir le prix de revient de son cocktail

1) Additionner toutes ses charges (HTVA)

Charges variables <i>Matières premières 1,5€ Qté = 18 jours * 30 = 540</i>	810€
Charges fixes mensuelles	1.500€
Rémunération souhaitée	1.400€
Total du budget mensuel de fonctionnement	= 3.710€

EXERCICE

A vous de jouer

Un bar à cocktail doit définir le prix de revient de son cocktail

2) Diviser par le nombre de produits

Prix de revient unitaire = Total des charges / nbre de produits

Prix de revient unitaire = 3.710 € / 540 cocktails

Prix de revient unitaire = 6,87 € / cocktail (HTVA)

Le nombre de produits est 540 cocktails car nous avons estimé vendre 30 cocktails par jour et cela 18 jours par mois

EXERCICE

A vous de jouer

Une formatrice doit définir son prix de revient

1) Additionner toutes ses charges (HTVA)

Charges fixes mensuelles	2.600€
Rémunération souhaitée	1.800€
Total du budget mensuel de fonctionnement	= 4.400€

Pour une prestation de service, les charges variables sont très faibles voire même nulles.

EXERCICE

A vous de jouer

■
Une formatrice doit définir son prix de revient

2) Diviser par le nombre d'heures prestées

Prix de revient unitaire = Total des charges / nbre d'heures prestées

Prix de revient unitaire = 4.400 € / 100 heures

Prix de revient unitaire = 44 €/ heure (HTVA)

Attention : ceci n'est pas encore le prix de vente

Elle suppose travailler 18 jours par mois et 8h par jour. Sachant que 70% seulement de son temps est facturable, cela fait 100 heures de travail facturable par mois.

Pensez à réviser régulièrement ce prix de revient car il dépend d'éléments pouvant évoluer/varier avec le temps

2. La marge

•• La marge

Marge (€) = Prix de vente – Prix de revient

Elle sert à **couvrir des frais** que vous n'auriez pas pris en compte dans le calcul du prix de revient et également à **dégager du bénéfice** pour financer les investissements futurs de vos entreprises.

3. Le prix de vente

•• Le prix de vente :

PRIX DE VENTE = ?

Prix de revient

Marge

Coût total d'achat

Coût commercial

**Coût
administratif**

Achat

Approvisionnement

Production

Distribution

Administratif

- **2 manières de calculer le prix de vente :**

- ✓ A partir du taux de marge

- ✓ A partir du taux de marque

•• Calcul à partir du taux de marge

Prix de vente

*= Prix de revient + (Marge en % * Prix de revient)*

Prix de vente 130%	
Prix de revient 100%	Marge 30%

•• Calcul à partir du taux de marque

$$\text{Prix de vente} = \left(\frac{\text{Prix de revient}}{1 - \frac{\text{Taux de marque en \%}}{100}} \right)$$

Prix de vente	
100%	
Prix de revient	Marge
70%	30%

•• Calcul à partir du taux de marge

Exemple du bar à cocktail :

Taux de marge souhaité = 30%

$$\text{Prix de vente} = 6,87 \text{ €} + (30\% * 6,87 \text{ €}) = 6,87 \text{ €} + 2,06 \text{ €}$$

Prix de vente = 8,93 € par cocktail

EXERCICE

A vous de jouer

•• Calcul à partir du taux de marque

Exemple du bar à cocktail :

Taux de marque souhaité = 30%

$$\text{Prix de vente} = \left(\frac{6,87 \text{ €}}{1 - \frac{30}{100}} \right) = \frac{6,87 \text{ €}}{0,7}$$

Prix de vente = 9,81 € par cocktail

Prix de vente = 9,81 € par cocktail

EXERCICE

A vous de jouer

•• Calcul à partir du taux de marge

Exemple de la formatrice :

Taux de marge souhaité = 50%

$$\text{Prix de vente} = 44 \text{ €} + (50\% * 44 \text{ €}) = 44 \text{ €} + 22 \text{ €}$$

Prix de vente = 66 € par heure

EXERCICE

A vous de jouer

•• Calcul à partir du taux de marque

Exemple de la formatrice :

Taux de marque souhaité = 50%

$$\text{Prix de vente} = \left(\frac{44 \text{ €}}{1 - \frac{50}{100}} \right) = \frac{44 \text{ €}}{0,5}$$

Prix de vente = 88 € par heure

Prix de vente = 88 € par heure

Selon que l'on parle du taux de marge ou du taux de marque, le **prix de vente sera différent**

- **Sachez de quoi parle votre interlocuteur**

La marge s'applique-t-elle sur le prix de revient ou sur le prix de vente?

•• Le prix de vente TVAC

Les prix calculés jusqu'ici étaient HTVA, mais les prix présentés aux consommateurs sont TVAC

Comment ajouter la TVA ?

*Prix de vente TVAC
= Prix de vente HTVA
+ (Taux de TVA en % * Prix de vente HTVA)*

EXERCICE

A vous de jouer

●● Calcul à partir du taux de marge

Exemple du bar à cocktail :

$$\text{Prix de vente} = \text{Prix de revient} + \text{Marge} = 8,93 \text{ €} + (21\% * 8,93 \text{ €}) = 8,93 \text{ €} + 1,88 \text{ €}$$

Prix de vente TVAC = 10,80 € par cocktail

Exemple de la formatrice :

$$\text{Prix de vente} = \text{Prix de revient} + \text{Marge} = 66 \text{ €} + (21\% * 66 \text{ €}) = 66 \text{ €} + 13,86 \text{ €}$$

Prix de vente = 79,86 € par heure

Confrontation avec le marché

Le consommateur

Interroger vos clients potentiels pour mesurer :

- leur connaissance des prix pratiqués sur le marché
- leurs attentes de prix (prix psychologique)

□ Étude de marché

Le consommateur

Exemple : un nouveau produit cosmétique, crème de jour pour le visage. Vente à quel prix ?

On pose ces 2 questions :

- En dessous de quel prix, vous n'achèteriez pas ce produit ?
- Au dessus de quel prix, vous n'achèteriez pas ce produit ?

Le consommateur

	Prix excessif			Prix qualité insuffisante		
Prix	réponses	% réponses	% cumulés)	réponses	% réponses	% cumulés
20	0	0	0	150	37,5	100
21	0	0	0	100	25	62,5
22	10	2,5	2,5	60	15	37,5
23	20	5	7,5	45	11,25	22,5
24	30	7,5	15	20	5	11,25
25	40	10	25	15	3,75	6,25
26	80	20	45	10	2,5	2,5
27	100	25	70	0	0	0
28	100	25	95	0	0	0
29	20	5	100			
	400	100%		400	100	

Le consommateur

Prix	Intention de non achat			Intention d'achat
	% cumulés (prix excessif)	% cumulés (prix insuffisant)	Tot	100 - Tot de non achat
20	0	100	100	0
21	0	62,5	62,5	37,5
22	2,5	37,5	40	60
23	7,5	22,5	30	70
24	15	11,25	26,25	73,75
25	25	6,25	31,25	68,75
26	45	2,5	47,5	52,5
27	70	0	70	30
28	95	0	95	5
29	100		100	0

Le consommateur

Le consommateur sera prêt à payer plus :

- pour un produit de qualité
- pour une nouvelle technologie
- pour se divertir
- en cas d'achat de produit de dépannage

	Forces	Faiblesses	Produits/services offerts	Politique de prix	Lieu d'implantation
Nom du concurrent 1					
Nom du concurrent 2					
Nom du concurrent 3					
Nom du concurrent 4					
Nom du concurrent 5					
.....					

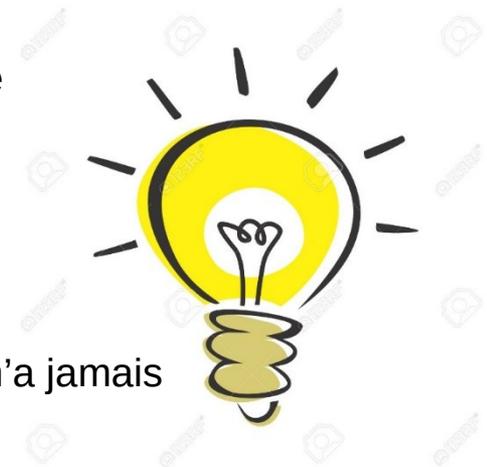
□ Étude de marché

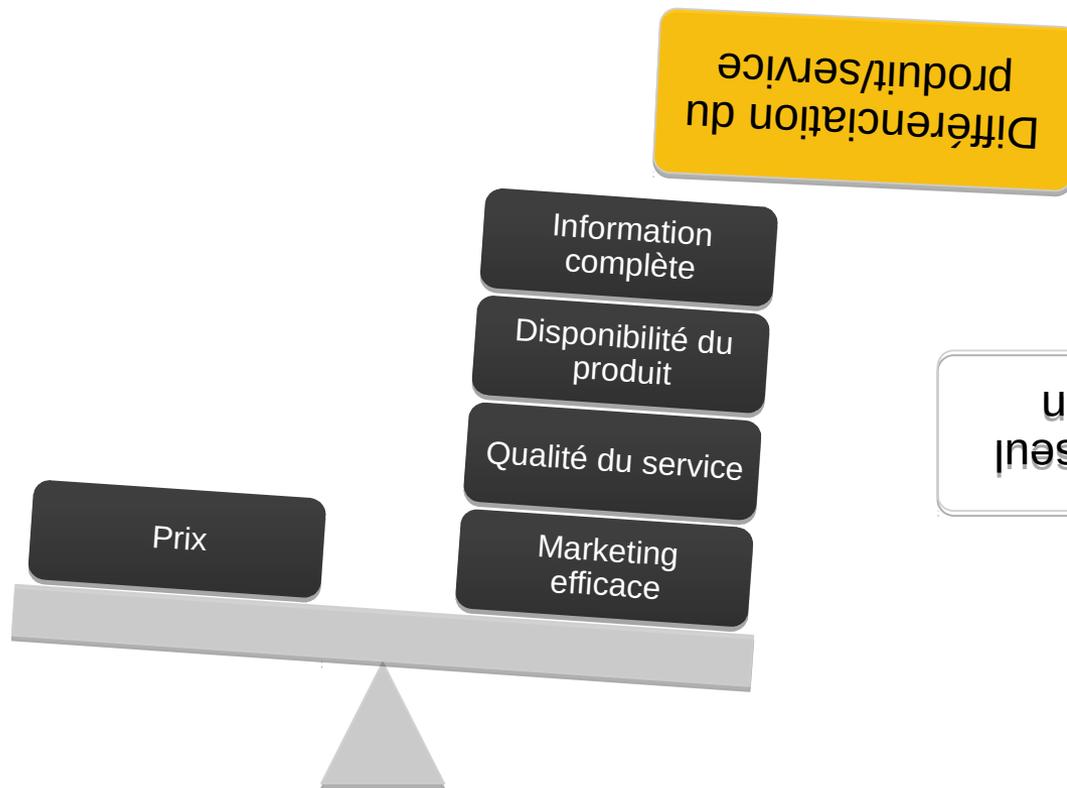
Quelques conseils

- Ne **bradez pas** vos prix pour essayer d'atteindre plus de clients
- Osez fixer un **prix juste** pour votre travail
- N'oubliez aucun **coût**
- Adaptez vos prix en fonction du **type de clients**
- N'oubliez pas d'intégrer la **TVA** dans votre prix de vente
- **Négociez** vos marchandises
- Certains produits vous coûtent cher mais vous amène
- Révisez vos prix en fonction :
 - ❖ De l'évolution des prix du marché
 - ❖ De votre expertise



Soyez à l'écoute du marché et de vos clients ! L'EDM n'a jamais de fin





Le prix n'est pas le seul facteur de décision

Prix trop bas ?

- Quels sont les bases de comparaison de vos clients ?
- Avez-vous mis suffisamment en avant votre plus-value ?
- Avez-vous donné suffisamment d'informations pertinentes pour aider votre client à identifier votre prix ?

Fixation de prix

**EXEMPLES
INSPIRANTS**

Payez-vous le JUSTE prix chez nous ?

Voyons voir où va mon argent...



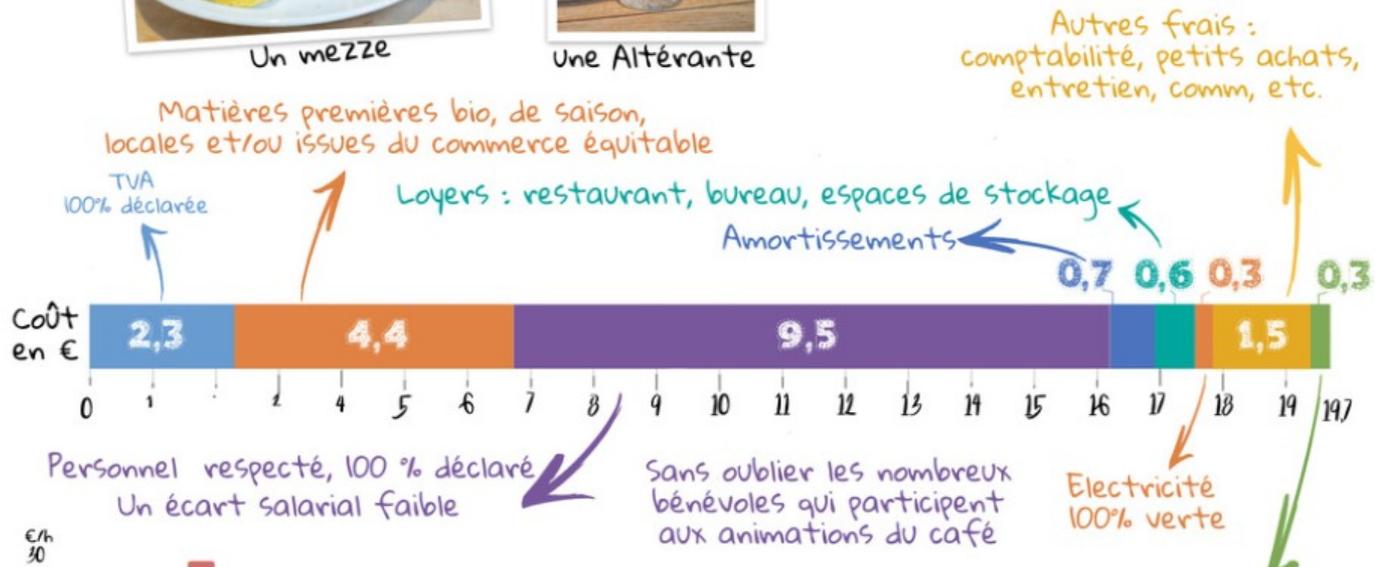
Un mezza

+



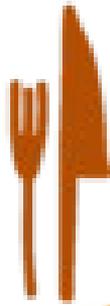
Une Altérante

= 19,7 euros



Au bout du compte, il n'y a que
30 centimes de marge bénéficiaire !
(sur lequel s'applique l'impôt des sociétés)

Un prix JUSTE soutient
un projet de transition
écologique & solidaire



NOTRE RECETTE



alimentation durable



rencontres



participatif



prix libre

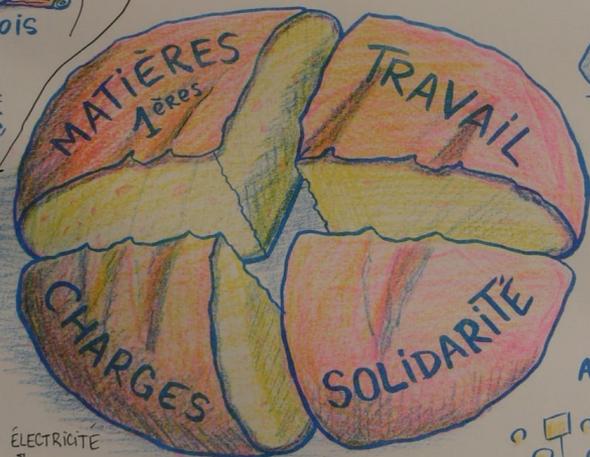


convivialité

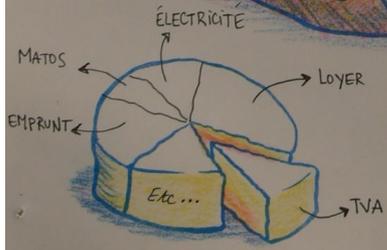
Là où va ton blé...



SEL



SOUTIEN AUX LUTTES



SYSTÈME DE PRIX DIFFÉRENCIÉS



DON < PARTENARIATS AVEC ASSOS DE QUARTIER



Affiche créée pendant les Rencontres de l'Internationale Boulangère Mobilisée, aux Tanneries, 2021.

SYSTEME HABITUEL



PRIX DIFFERENCIÉS

1 PAIN
3 PRIX



- Parce que j'en ai les moyens
- Pour proposer le PRIX BLEU
- ...



- Parce que c'est le prix qui me convient le mieux
- ...



- Parce que j'ai un petit budget en ce moment
- Parce que je trouve les 2 autres prix trop chers ...

ET POUR PAYER ALORS ?

C'EST FACILE

CHOISIS 1 COULEUR



PASSE À LA CAISSE



LE MONTANT EST CALCULÉ SUR BASE DU PRIX CHOISI

Chiffre d'Affaires : notions clés

ET VOUS?

Quel est votre chiffre d'affaires prévisionnel ?

- Comment l'avez-vous défini ?
- Sur base de quels services
- Sur base de quels prix
- Sur base de quelles quantités?

MERCI & BONNE CONTINUATION

