

Plan du sujet:

Introduction

- Axe 1: Généralités et fondement du cout cible

Section 1: cadre préliminaire

Section 2: La méthode du cout cible

- Axe 2: Cas pratique

conclusion



Introduction

Axe I°/ Généralité et fondement de la méthode cout cible

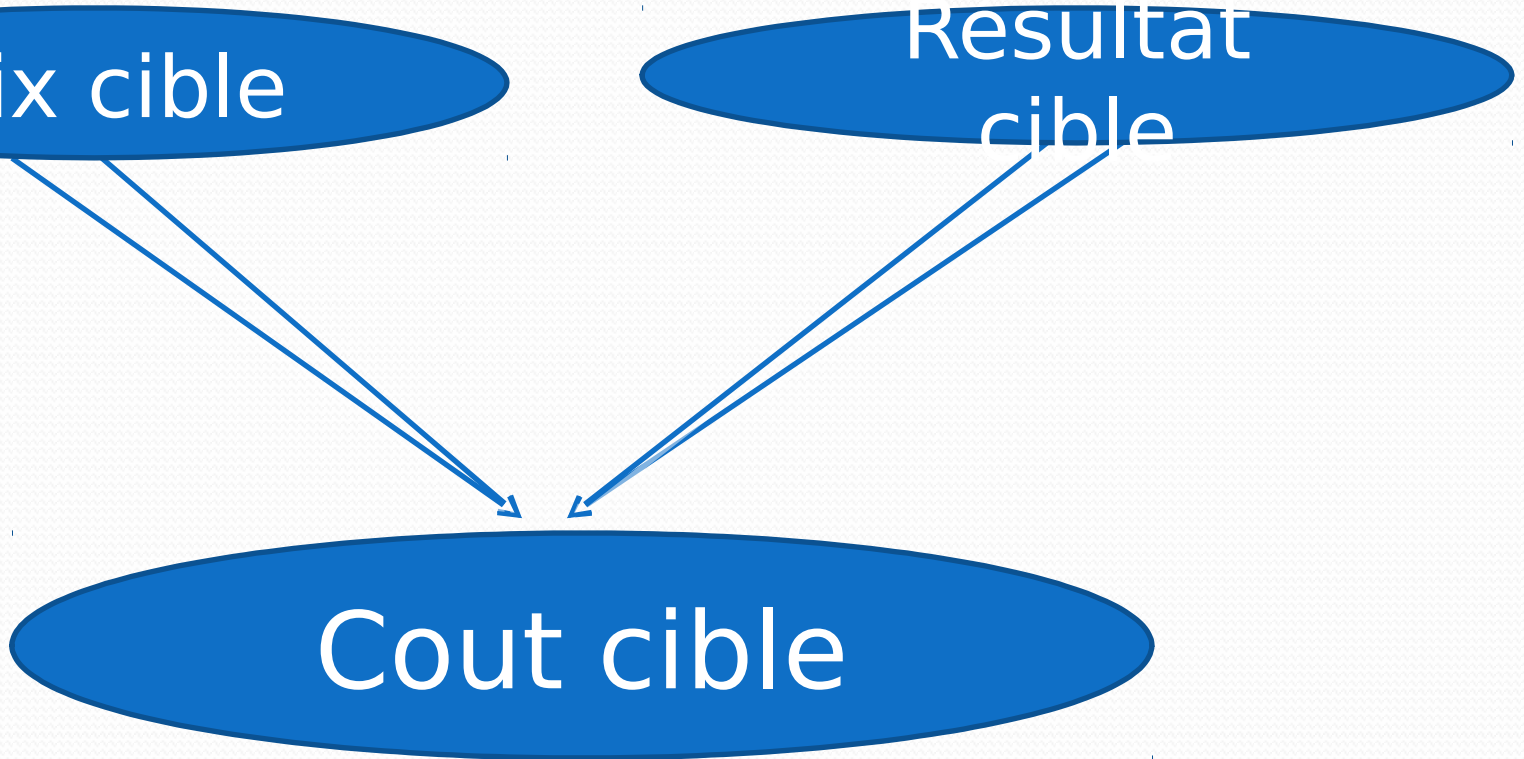
- Section 1: cadre préliminaire

1. Définition du cout cible:

Prix cible

Resultat cible

Cout cible



- **Pour Sakurai**: le cout cible est un cout de gestion permettant de réduire le cout total d'un produit sur l'intégralité de son cycle de vie.
- **Pour Cooper**: l'objectif du cout cible consiste à identifier le cout de production d'un produit.

En définitive, nous pouvons retenir que:

- ***Le cout cible*** correspond au cout unitaire d'un produit qui, sur une longue période, permettrait de réaliser le résultat cible en vendant ce produit au prix cible.

2°/ les objectifs de la méthode du cout cible:

Les objectifs de cette démarche sont:

- De maitriser: les couts en amonts des phases de production et de distribution.
- De réduire: ces couts
- De développer: des produits correspondants aux besoins des clients.
- D'aider :à la prise de décision sur la stratégie de l'entreprise.

3- les caractéristiques de la méthode

- ❑ La méthode du coût cible est un processus continu
- ❑ Transversale et mobilisatrice des compétences de l'ensemble des acteurs
- ❑ Anticipatrice et inscrite dans la durée
- ❑ Axée sur un pilotage de la performance non exclusivement financier

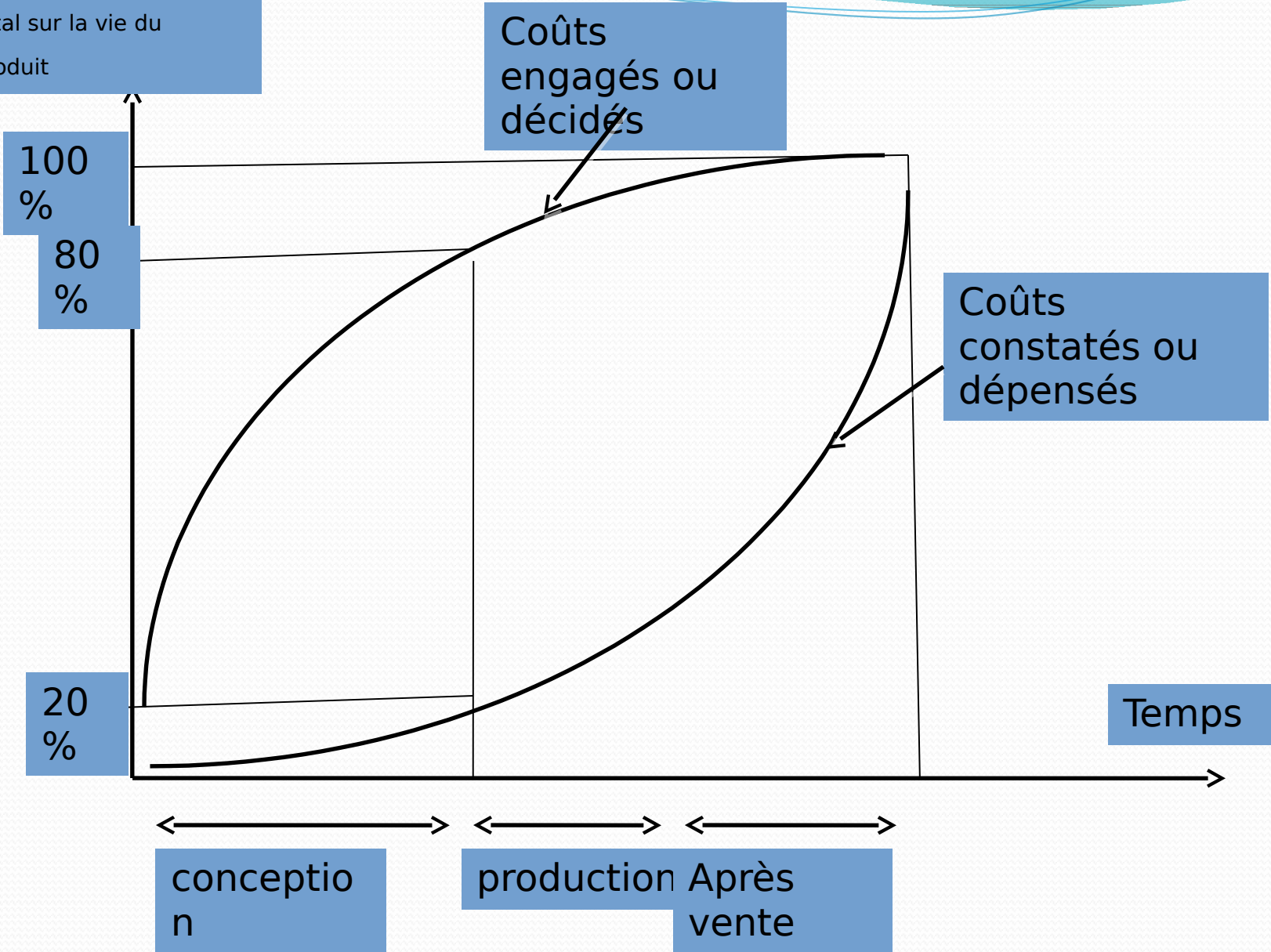
Les fondements du Cout cible

Constats fondamentaux

- ❖ les coûts supportés par un produit se déclenchent bien avant sa production effective. La conception , la réalisation des prototypes engendrent des dépenses considérables comme le montre le schéma suivant:

Part du coût

total sur la vie du produit

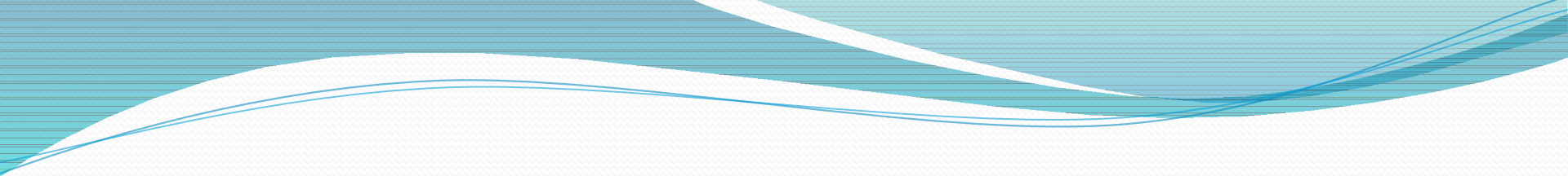


Coûts engagés ou décidés

Coûts constatés ou dépensés

Temps

conception production Après vente



Il s'agit désormais pour l'entreprise « ... de concevoir économique avant la production que de réaliser économique en phase de production » MORGAN, 1993

c'est-à-dire agir sur les couts dans la phase de conception



❖ **Un second constat** est que **le marché est dominé par les acheteurs:**

- Le prix de vente futur est imposé par le marché
- Le profit est imposé par les choix stratégiques qui dépendent aussi du rythme de croissance , mode de financement , stratégie commerciale

Au vue de tous ces constats, le cout cible devient une résultante à atteindre.

Les étapes de la méthode

La méthode du target costing passe par les étapes suivantes:

- **La recherche du cout cible**
- **Détermination du cout estimé**
- **Confrontation et comparaison entre le cout estimé et le cout cible**

La recherche du cout cible

❖ **La fixation du prix cible**

❖ **La fixation du profit cible**

❖ **Le cout cible**

Détermination du cout estimé

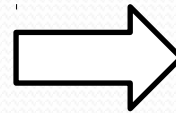
- Le cout estimé incorpore les couts directs de production, les frais de soutien généré par son mode de production et de distribution.
- . En revanche, sont exclus du cout estimé les frais sans rapport avec l'existence du produit

Si

Coût
estimé

>

Coût cible



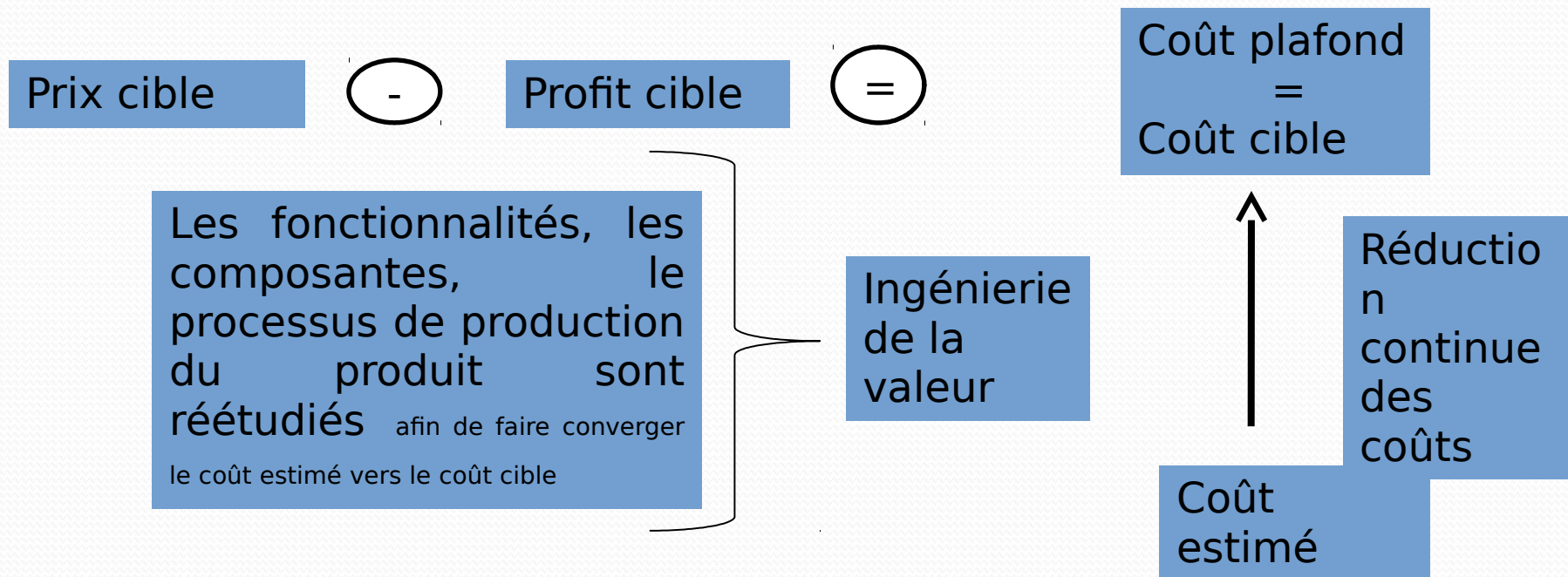
Analyse de la valeur
pour réduire le coût
estimé

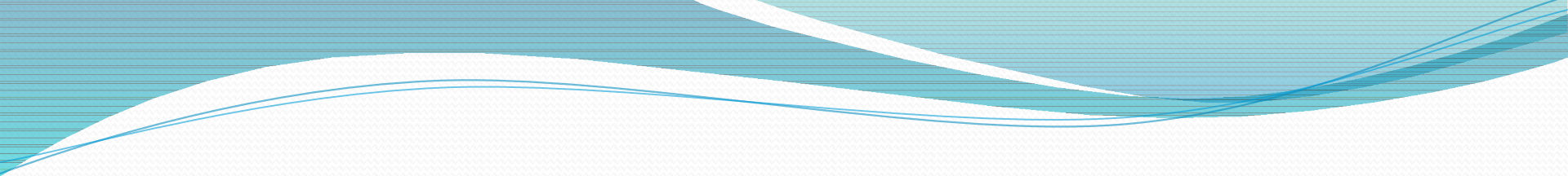
ou



Action sur les
paramètres du marché
(prix, volume) pour
réduire le coût estimé

En résumé, la méthode se présente comme suite:



- 
- **Correction de l'exercice d'application**

- Décomposition du coût estimé par fonction et par composant:

Fonctions	Portage et transport	Maniabilité et autonomie	Confort d'utilisation	Esthétique	Encombrement et poids	Total
Composants						
Châssis	120		30 + 10 = 40	30	30 + 100 = 130	320
Roues	60	40			20	120
Motorisation	210	60		30		300
Sangles et supports	30		30	20		80
Accessoires	30		50			80
Total	450	100	120	80	150	900
% du coût estimé	50%	11,11%	13,33%	8,89%	16,67%	100%
Qualités	60%	12%	10%	4%	14%	100%

- Coût cible des composants du modèle Intense:
- Prix de vente HT = prix attendu HT sur le marché - marge distributeur = $3600/1,2 - 500 = 2500$ dhs
- Coût cible du modèle = prix de vente HT - marge société = $2500 - (2500 \times 10\%) = 2250$ dhs
- Coût cible des composants = coût cible du modèle - autres coûts = $2250 \times 30\% = 675$ dhs.

- Coût cible par fonction:

Fonctions	Portage et transport	Maniabilité et autonomie	Confort d'utilisation	Esthétique	Encombrement et poids	Total
Qualités attendues	60%	12%	10%	4%	14%	100%
Ventilation du coût cible	405	81	67,5	27	94,5	675

- Comparaison du coût estimé et coût cible par fonction:

Coût estimé	450	100	120	80	150	900
Coût cible	405	81	67,5	27	94,5	675
Écart	45	19	52,5	53	55,5	225
En % coût cible	11,11 %	23,46 %	77,78 %	196,3 %	58,73 %	33,33 %

Quelque soit la fonction, le cout estimé est supérieur au cout cible. il faut réduire de 225dhs le cout estimé d'un chariot intense (900). Le tableau des composants et de leur cout par fonction donne des pistes de recherche de réduction des couts.

En effet l'analyse des qualité attendues du produit montre l'importance majeure de la fonction portage et transport (60) puis encombrement et poids (14). La conception actuelle du produit est inutilement « trop haut de gamme » par rapport aux attentes du client: cout de l'esthétique et du confort d'utilisation. Il faut donc réduire le cout d'un chariot

- En le simplifiant
- En diminuant le cout de composants
- En réétudiant les procédés de production ce qui peut aboutir à une reconception du produit