

Cas pratique 2 :

L'entreprise **VERLUMI** dont l'activité consiste à fabriquer et à commercialiser des lunettes à bas coûts, a décidé de lancer un nouveau modèle : VL6. Pour le lancement de ce nouveau modèle, elle a choisi d'utiliser la méthode des coûts-cibles.

Elle prévoit une phase de lancement (4 mois) et une phase de maturité (32 mois).

Le prix initial du modèle VL6 est de 52 €. Elle prévoit de baisser le tarif de 20 % en phase de maturité.

La capacité de production mensuel maximale est de 16 000 unités. Si elle compte atteindre la pleine production en phase de maturité, elle prévoit de pouvoir utiliser seulement 60% de cette capacité en phase de lancement.

Les coûts fixes mensuels de montage sont de 72 000 €.

La direction compte réaliser des marges nettes sur prix de vente de 8 % en phase de lancement, puis de 21 % en phase de maturité.

Au niveau des composants, pour un modèle en phase de lancement :

	Nombre	Coût de chacun
Composant A	1	6 €
Composant B	2	4 €
Composant C	2	1,2 €

La négociation avec les fournisseurs devrait permettre de baisser le coût unitaire de chaque composant de 12% à partir du cinquième mois de production du nouveau modèle.

Le coût variable unitaire du montage est de 8 €.

La gestion des séries de fabrication coûte 2 800 € pour chaque série en phase de lancement et 2 975 € en phase de maturité.

Les séries de 350 unités chacune en phase de lancement seraient portées à 425 unités chacune en phase de maturité.

Le coût variable unitaire de publicité de 6 € en phase de lancement, baisserait de 40 % en phase de maturité.

Travail à faire :

1. Calculer le coût-cible unitaire pour chaque phase.
2. Calculer le coût estimé unitaire pour chaque phase.
3. Calculer les écarts et conclure quant à la phase sur laquelle doivent porter les efforts de réduction de coûts.