



Exercice et solution 16B.4

Analyse des écarts de revenus

L'entreprise Compord inc. vient de lancer sur le marché deux modèles d'ordinateur vendus par Internet et dont les prix sont inférieurs à 1000 \$. Le prix de vente du premier modèle est de 799 \$ et celui du deuxième modèle, de 999 \$. L'entreprise espère ainsi accaparer plus de 30 % de ce marché, qui s'annonce très lucratif. En effet, un important magazine d'informatique a prévu qu'il se vendra 3 600 000 ordinateurs dans cette fourchette de prix et par ce nouveau mode de commerce au cours du trimestre d'été, soit de juillet à septembre. On s'attend à ce que 2 400 000 appareils à 799 \$ soient vendus.

Compord inc. croit pouvoir vendre, au cours du trimestre d'été, 700 000 appareils au prix de 799 \$ — appareils dont le coût variable de fabrication prévu est de 400 \$ —, et 400 000 appareils au prix de 999 \$ — appareils dont le coût variable de fabrication est de 500 \$.

Or, trois mois plus tard, dans son numéro d'octobre, le magazine informe ses lecteurs que les ventes d'appareils à moins de 1 000 \$ par Internet ont atteint 4 000 000 pour le trimestre d'été, soit 11,1 % de plus que prévu. De ce nombre, 2 600 000 appareils ont été vendus au prix de 799 \$. Quant à Compord inc., elle a vendu 750 000 appareils à 799 \$ et 550 000 appareils à 999 \$. Les prix étant fixés à l'avance, il n'y a eu ni écart sur prix ni écart sur coût variable de fabrication.

Travail pratique :

- a) Calculez les écarts suivants:
 - i. l'écart sur volume des ventes;
 - ii. l'écart dû à la combinaison des produits vendus;
 - iii. l'écart dû au volume des produits vendus;
 - iv. l'écart dû à la taille du marché;
 - v. l'écart dû à la part de marché.

- b) Interprétez qualitativement de ces divers écarts.

Source: *La Comptabilité de Management* (édition précédente)

Exercice et solution 16B.4 (suite)

Solution :

a) Le tableau qui suit précise la valeur des autres écarts relatifs aux revenus.

Écart sur volume des ventes	(Vol. ventes réelles – Vol. ventes prévues) x MCV unit. prévue	
1 er modèle	$(750\ 000 - 700\ 000) \times 399\$ =$	19 950 000 \$ F
2 ième modèle	$(550\ 000 - 400\ 000) \times 499\$ =$	74 850 000 \$ F
	TOTAL	94 800 000 \$ F

Écart dû à la combinaison des produits vendus	$((VR_p/VR_m) - (VP_p/VP_m)) \times VR_m \times MCV_{upp}$	
1 er modèle	$((750000/1300000) - (700000/1100000)) \times 1\ 300\ 000 \times 399\$ =$	30 831 528 \$ D
2 ième modèle	$((550000/1300000) - (400000/1100000)) \times 1\ 300\ 000 \times 499\$ =$	38 558 728 \$ F
	TOTAL	7 727 200 \$ F

Écart dû au volume de produits vendus	$(VR_m - VP_m) \times (VR_p/VR_m) \times MCV_{upp}$	
1 er modèle	$(1300000 - 1100000) \times 0,63636 \times 399\$ =$	50 781 528 \$ F
2 ième modèle	$(1300000 - 1100000) \times 0,36364 \times 499\$ =$	36 291 272 \$ F
	TOTAL	87 072 800 \$ F

Écart dû à la taille du marché	$(VM_r - VM_p) \times PM_p \times MCV_{pond\ up}$	
	$(4000000 - 3600000) \times 1100000/3600000 \times 435,37\$ =$	53 211 889 \$ F

Écart dû à la part de marché	$(PM_r - PM_p) \times VM_r \times MCV_{pond\ up}$	
	$((1100000/3600000) - (1300000/4000000)) \times 4000000 \times 435,37\$ =$	33 860 911 \$ F
	TOTAL	87 72 800\$ F

b) Nous sommes clairement dans un marché en croissance dont le rythme même de croissance dépasse les prévisions initiales. Il est intéressant de voir que l'entreprise sait augmenter sa part de marché et que l'écart sur le volume de la contribution des ventes est dû pour près du tiers à cette explication.