



Exercice - Énoncé 11B.12

Coûts, volume, résultat

La société Déco ltée fabrique des piscines pour enfants depuis 1990. L'accroissement de la compétition dans ce marché a obligé la société à considérer la possibilité d'ajouter de nouvelles lignes de produits. M. Jean Goulet, vice-président des opérations, Isabelle Pinchaud, vice-présidente du marketing et Ginette Lanthier, directrice générale, se sont réunis pour discuter de la planification des ventes pour la saison estivale.

Mme Isabelle Pinchaud, vice-présidente du marketing : Nous commercialiserons un nouveau produit au cours de l'été, la piscine *Bob L'Éponge*. Le prix de vente de ce produit est établi à 80 \$ l'unité. Selon les données transmises par le service de la comptabilité, le coût de fabrication variable sera de 50 \$ l'unité, soit 18 \$ pour la matière première, 20 \$ pour la main-d'œuvre directe et 12 \$ pour les frais généraux de fabrication variables. La commercialisation de ce nouveau produit entraînera une augmentation des frais généraux de fabrication fixes de 300 000 \$. La promotion de ce produit exigera des frais fixes additionnels de publicité de 100 000 \$.

M. Jean Goulet, vice-président des opérations : Il serait également possible de réduire le coût de fabrication de la piscine *Bob L'Éponge* si nous achetions un nouvel équipement. L'acquisition de ce nouvel équipement entraînerait une augmentation des frais fixes de 40 000 \$ par année, mais le coût unitaire pour la main-d'œuvre directe serait de 15 \$ et de 11 \$ pour les frais généraux de fabrication variables. Le nouvel équipement ne pourrait être utilisé que pour la fabrication de la piscine *Bob L'Éponge*.

Mme Ginette Lanthier, directrice générale : Ce projet me semble risqué. J'aimerais avoir plus d'information sur la rentabilité et le risque associé à la commercialisation du nouveau produit avant de prendre une décision. Je vais demander à Éric Demers, notre contrôleur, de faire une analyse plus précise de l'impact de ce nouveau produit sur la rentabilité de la société.

Les données prévisionnelles quant aux produits offerts par Déco ltée sont les suivantes :

	<i>Piscine Bambin</i>	<i>Piscine Barbie</i>	<i>Piscine Bob L'Éponge</i>
Volume de vente (unités)	30 000	20 000	25 000
Prix de vente	88 \$	120\$	80 \$
Coûts de fabrication variables	58 \$	78 \$	50 \$

Les frais généraux de fabrication fixes totaux sans tenir compte de la commercialisation de la piscine *Bob L'Éponge* sont de 400 000 \$ alors que les frais de vente et d'administration sont de 200 000 \$.

Exercice - Énoncé 11B.12 (suite)

Travail pratique :

Vous êtes Éric Demers, contrôleur. Répondez aux questions de Mme Ginette Lanthier.

- a) Calculez le point mort de la Société Déco Itée en faisant l'hypothèse que la piscine *Bob L'Éponge* sera commercialisé? (Ne pas tenir compte de la proposition d'acquérir un nouvel équipement).
- b) Quelle sera la marge de sécurité en dollars de chiffre d'affaires de la piscine Bob L'Éponge si la proposition d'acquérir le nouvel équipement n'est pas acceptée?
- c) Combien de piscines la Société Déco dans son ensemble devra-t-elle vendre pour dégager un bénéfice après impôt de 50 000 \$ si le nouvel équipement est acheté? Le taux d'impôts est de 40 %.
- d) À quel volume de vente de piscines *Bob L'Éponge* la Société Déco Itée sera indifférente du point de vue de la rentabilité entre acquérir le nouvel équipement ou ne pas acquérir le nouvel équipement?
- e) Vous apprenez que le nombre d'heures de main-d'œuvre directe pour la fabrication des piscines est le suivant :

	<i>Piscine Bambin</i>	<i>Piscine Barbie</i>	<i>Piscine Bob L'Éponge (avec l'équipement)</i>
Heures de MOD (par unité)	2,5 heures	3 heures	2 heures

- i. Calculez le point mort de la société Déco Itée (en heures de main d'œuvre directe) si le nouvel équipement pour la piscine Bob l'éponge est acheté.
- ii. Calculez la marge de sécurité de la société Déco Itée (en heures de main d'œuvre directe) si le nouvel équipement pour la piscine Bob l'éponge est acheté.

Source: Service de l'enseignement des sciences comptables de HEC Montréal