

Fixation des prix en restauration : coefficients et marges

Comment fixer le prix de vente des plats ou d'un menu ? C'est l'une des principales interrogations de nombreux restaurateurs. Or, l'importance du coût des matières premières dans le prix d'un plat induit forcément une relation entre le coût d'achat et le prix de vente. Ainsi, les ratios matières sont généralement plus faibles dans certains types de restauration : sandwicherie, crêperie, pizzeria... où par conséquent, les coefficients multiplicateurs sont plus élevés.

✖ La multiplication

Principe : multiplication du coût matière HT par un coefficient = prix de vente
Ce principe repose sur le fait que le restaurateur a préalablement calculé le coût de son plat, grâce à une fiche technique.

Avantages
Cette méthode simple permet de déterminer soit un prix de vente TTC, soit un prix de vente HT. Il suffit ensuite d'appliquer le taux de TVA correspondant. Elle permet de définir le ratio matières. En effet, le coefficient multiplicateur correspond à l'inverse du ratio matières.

Exemple : si l'on souhaite un ratio matières premières de 25 % (1/4), on utilise l'inverse, soit 4. Idem, pour un ratio matières de 20 % (1/5), le coefficient sera de 5.

Ratio matières	Coefficient multiplicateur
10 %	10
20 %	5
25 %	4
30 %	3.33
33 %	3

Inconvénients

Cette méthode ne prend pas en considération la structure des coûts internes. Il existe d'autres coûts qui doivent être intégrés pour déterminer le prix de vente comme les frais de personnel et le loyer. Une variation du coût des matières premières devrait impacter le prix de vente (à la hausse ou à la baisse). Or, cette variabilité du prix est peu répandue. Pourtant, la variation du prix devrait être forte, car une augmentation du coût des matières premières de 0,10 € devrait provoquer une hausse du prix de vente HT de 0,50 €, si le coefficient multiplicateur est de 5.



÷ La division

Principe : prix de vente HT divisé par un nombre fixe (diviseur) = coût matières

Ce principe repose sur les résultats d'une étude de marché qui a permis de cerner le ticket moyen de la concurrence, le prix de vente des plats phares ou des plats du jour. Le restaurateur choisit ensuite de s'aligner sur le prix de ses confrères, d'avoir un prix plus élevé en raison de sa réputation, sa visibilité sur des sites d'avis en ligne, de son référencement, des distinctions reçues (guide *Michelin* et autres). Ou au contraire, le restaurateur peut pratiquer une politique de prix agressive pour tenter d'attirer davantage de clients malgré un moins bon emplacement ou un approvisionnement moins qualitatif...

Avantages

Cela permet de prendre en compte les attentes du marché. Le menu ou les plats ne sont pas déconnectés de l'offre de la zone de chalandise. Cette méthode simple aboutit à la fixation d'un coût cible, c'est-à-dire un coût matières premières qu'il s'agit d'approcher.

Ratio matières souhaité	Diviseur
10 %	10
20 %	5
25 %	4
30 %	3.33
33 %	3

Exemple : Si l'étude de marché conduit à fixer le plat du jour à 11 € TTC avec un objectif de ratio matières de 25 % :

Prix de vente TTC : 11 €

Prix de vente HT : 10 € (TVA à 10 %)

Coût d'achat des matières : $10 \div 4 = 2,50$ € HT

La fiche technique devra valider un coût de la recette à 2,50 € par portion servie.

Inconvénients

Le chef de cuisine doit tenir compte de l'évolution du coût des matières premières. Une augmentation du coût de certains produits conduit à les enlever de la recette, à les minorer ou à retirer momentanément le plat.

L'élaboration d'une fiche technique ne suffit plus, elle doit être réactualisée constamment en fonction de l'évolution des grammages et des prix des fournisseurs.



La relation entre le coût d'achat des matières premières et le prix de vente en restauration peut être calculée avec les quatre opérations mathématiques de base : la multiplication, la division, l'addition et la soustraction.

+ L'addition

Principe : coût matières + marge unitaire = prix de vente HT

Avantages

Cette méthode repose sur la fiche technique. Le restaurateur connaît facilement sa marge brute sur chaque plat, surtout si la marge unitaire est identique quel que soit le plat d'une gamme.

Exemple :

3 € (coût matières de l'entrée A) + 5 € (marge unitaire sur les entrées) = 8 € HT (prix de

vente de l'entrée A)
2 € (coût matières de l'entrée B) + 5 € (marge unitaire sur les entrées) = 7 € HT (prix de vente de l'entrée B)
Peu importe que le client prenne l'une ou l'autre entrée, le restaurateur dégagera une marge brute de 5 € sur chaque vente.

Inconvénients

Réfléchir à partir d'une marge unitaire ne permet pas de se positionner par rapport aux concurrents ou en fonction du prix souhaité par la clientèle.

- La soustraction

Principe : prix de vente HT - marge unitaire = coût matières

Avantages

Le prix de vente et la marge unitaire sont les éléments de réflexion principaux. Le chef de cuisine doit ajuster ses recettes en fonction du budget qui lui est alloué.

Inconvénients

Comme pour la méthode

basée sur la division, l'entrepreneur doit inverser le raisonnement traditionnel de la restauration, qui est basé sur le coût matières premières. Ici, le choix de la marge unitaire est décisif. Permet-elle de rémunérer suffisamment les salariés et l'entrepreneur ?

UNE QUESTION ?
RENDEZ-VOUS SUR
LES BLOGS DES EXPERTS

"gestion en
fiches pratiques"

