

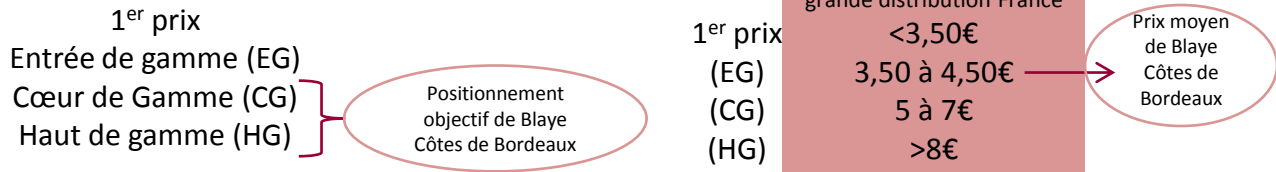
COMMENT VENDRE MES VINS AU BON PRIX.

Vendre ne suffit plus. Les marges dégagées doivent couvrir mes coûts de revient et les moyens nécessaires à ma commercialisation. Sur un marché concurrentiel globalisé, je me sens souvent en position de faiblesse face au professionnel qui impose les prix. À moi de me donner les outils pour maîtriser et imposer ma stratégie prix, tenant compte des attentes des consommateurs.

Qu'est-ce qu'un tarif ? Le **tarif** est un document public. Chaque client d'un même circuit a accès au même tarif ; il est donc non négociable. Il se présente soit T.T.C. franco (pour la vente directe), soit H.T. départ (pour tous les autres circuits).

Comment calculer ses tarifs ?

1 choisir son positionnement PVC T.T.C. vente directe en se basant sur la moyenne de l'AOC puis en décidant de se situer :



Ce choix traduit aussi ma volonté qualitative de producteur, mon Image et mon historique.

2 en déduire les PVC sur les autres circuits selon les calculs suivants :

P.V.C. T.T.C. GD/HD* = P.V.C. vente directe (- 10 % écart maximum)

P.V.C. T.T.C. Cavistes = P.V.C. vente directe + 40 % (+20% pour les HG)

P.V.C. T.T.C. CHR** = P.V.C. vente directe × 2

* grande distribution et hard discount ; ** restauration

3 calculer les tarifs H.T. départ en divisant le PVC par le coefficient de marge du distributeur :

Tarif H.T. départ GD/HD = P.V.C. / 1,6

Tarif H.T. départ Cavistes = P.V.C. / 2

Tarif H.T. départ CHR = P.V.C. / 3

À noter :

Tarif = 1 prix + 1 produit

Pas de tarif à colonnes ou sans transport, sinon confusion pour le consommateur comme pour l'acheteur professionnel et aucun référent possible pour le positionnement de mon vin (1 vin, plusieurs prix). J'inclus mes coûts de transport sur vente dans mon prix de revient, je ne l'isole pas.

À noter :

Pour être **cohérent** partir du prix de vente consommateur plutôt que des coûts.

Comment évaluer les moyens nécessaires au commerce et au marketing ?

Pour vendre le tarif ne me suffit pas ; à partir de ce prix, il est nécessaire d'établir un **prix minimum** en dessous duquel je ne vends pas. Ce prix s'évalue en déduisant du tarif le plus bas les budgets utilisables dans la démarche commerciale :

Prix minimum = tarif H.T. départ grande distribution

- les frais commerciaux (déplacements, hébergements, salons, salaires, etc.)	- 10% (/1,10)
- la promotion prix	- 7% (/1,07)
- les aides à la revente (animation, publicité, emballages spécifiques, etc.)	- 17% (/1,17)

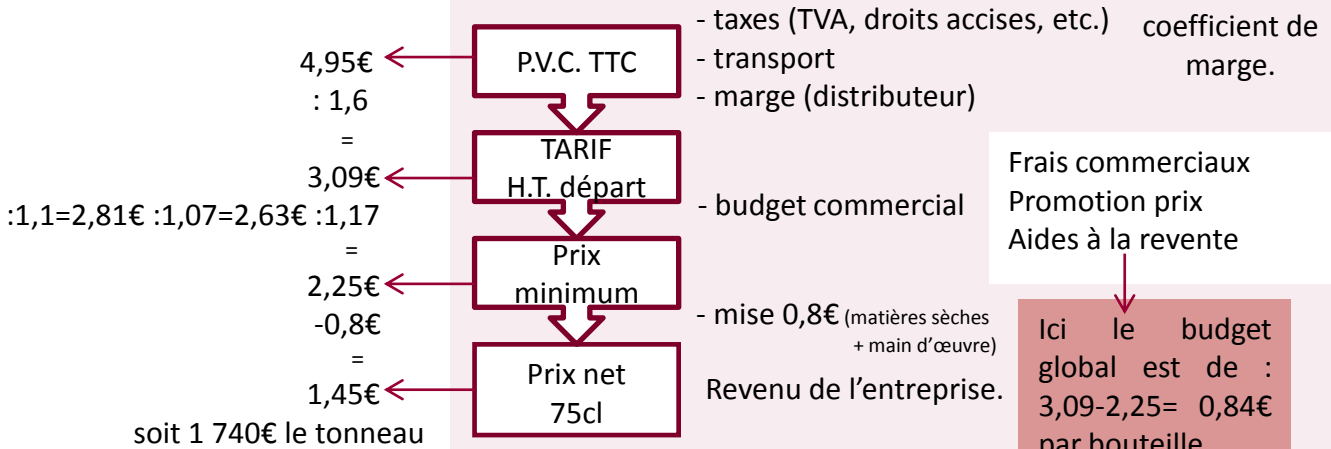
Une fois connu mon prix minimum, je vais pouvoir le comparer avec mes coûts complets et évaluer **logique comptable et approche commerciale**.

Si mon prix minimum est ≥ à mes coûts, les deux sont cohérentes ;

Si mon prix minimum est < à mes coûts, alors se pose soit la question du positionnement (le PVC mon vin n'est pas assez élevé), soit celle de mes pratiques (je produis trop cher).

COMMENT VENDRE MES VINS AU BON PRIX. FICHE PRATIQUE

Les éléments constitutifs du prix



Le positionnement

PVC vente directe 5€	PVC grande distribution 4,95€ (≈)
	caviste 7,00€ (+40%)
	restaurant 10,00€ (x2)

Tarifs
:1,6 = 3,09€
:2 = 3,50€
:3 = 3,33€

↑
Coefficients de marge moyens des distributeurs

À noter :

Lorsque je passe par un **intermédiaire** (négoce, agent, grossiste), celui-ci effectue le travail commercial à ma place ; je lui rétrocède donc mes frais commerciaux. Son tarif est donc ici de 3,09€ : 1,1 = 2,81€.

L'export

Il est important que je garde dans les pays où j'exporte mes vins, le même positionnement qu'en France : un vin cœur de gamme ne doit pas se retrouver 1^{er} prix au Royaume Uni ou haut de gamme aux États-Unis. Je dois donc bâtir un tarif par pays et me renseigner auprès du CIVB et des Missions Économiques pour connaître les correspondances de positionnement.

Par exemple, un vin à 5€ en France se vend :
Je dois ensuite connaître les taxes, les coûts de transports, les marges des différents distributeurs pour calculer des tarifs adaptés à chaque marché.

7,5£ en Angleterre
12\$ en Californie
5,5€ en Belgique
6€ en Allemagne

Conseil, le + de



: si vous voulez plus de précisions, vérifier la pertinence de vos tarifs, savoir comment les négocier, vous pouvez contacter **Fabrice CHAUDIER** qui anime les formations. Il pourra aussi vous transmettre des outils pour calculer vos tarifs.