



## Les 12 règles universelles de la Méthode «R» en Economie d'affaires

L'EA est en «amont» de l'économie d'entreprise en prise directe avec le coeur du business. Certaines de ses règles sont donc distinctes de l'approche «aval» pratiquée dans la gestion, la comptabilité ou la fiscalité courante. Le langage commun de l'EA permet de sortir par le haut de la multitude d'usages, approches et formulations «maison» souvent sources de tensions, incompréhensions et conflits entre acteurs du jeu commercial. Par le fait d'une approche fiable, erronée ou manipulée, dépend ou non la qualité des rapports commerciaux, la fidélisation des clients, la profitabilité des affaires conclues ainsi que, *in fine*, la pérennité de l'entreprise sur son marché.

### Il existe 2 manières d'aborder l'Economie d'affaires :

1. Calculer et négocier selon sa propre manière, c'est-à-dire en se référant principalement aux usages empiriques et/ou aux pratiques spécifiques au sein de son entreprise ou de son secteur d'activité.
2. Calculer selon une méthode globale et «universelle» permettant de clarifier et d'unifier les pratiques entre secteurs d'activité et surtout entre couples vendeur/acheteur, fournisseur/client.

Dans le second cas, il est nécessaire d'appliquer précisément des règles et des fondamentaux clairement définis de façon à ce que tous les acteurs puissent avoir le même rapport aux chiffres, le même niveau d'analyse des effets constatés, la même compréhension et méthodologie dans les principes actifs régissant l'Economie d'affaires.

Se référer correctement à l'Economie d'affaires c'est accepter, dès le départ, des règles objectives issues de la Méthode «R» (du nom de son initiateur Didier Reuter). Grâce à cela, la pratique courante de l'Economie d'affaires est rendue homogène, claire, facile, motivante et très simple d'utilisation avec les multiples formules commerciales, les 40 modules de simulation Men3®, les briefs techniques et la pédagogie.

**1<sup>ère</sup> règle**

Toute bonne construction de prix, négociation tarifaire et hors tarif, suppose de respecter les règles du jeu commercial entre vendeur/acheteur, fournisseur/client, dans le cadre d'une stratégie loyale et équitable fondée sur le donnant-donnant ou le gagnant-gagnant en B2B comme en B2C. Sans se référer obligatoirement à la transparence, il n'est écrit nulle part que le jeu commercial ressorte d'un rapport de force, d'une manipulation ou d'un jeu de dupes avec des cartes truquées. En cela, plus le jeu commercial est sain, plus la fidélisation est forte.

**2<sup>o</sup> règle**

Toute négociation tarifaire est forcément complémentaire d'une négociation hors tarif fondée sur le NO (niveau d'offre). Le NO comprend 6 dimensions :

1. Postes Qualité & Technique
2. Postes Environnement d'affaires
3. Postes Prestations Avant-Vente (PAV)
4. Postes Services Après-Vente (SAV)
5. Postes Sécurités d'affaires
6. Modalités de paiement

**3<sup>o</sup> règle**

Il existe 3 parties distinctes dans la construction, la variation et la négociation du prix :

TM (Taux de Marque)	=	PV HT- PA HT
PR global (Prix de Revient)	=	PR1 à PR5
PV HT (Prix de Vente)	=	PA HT + TM ou PR global + Marge

**4<sup>o</sup> règle**

La Valeur Ajoutée de l'entreprise peut s'exprimer de 5 manières :

- . TM (Taux de Marque = % du PV)
- . tm (Taux de marge = % du PA)
- . Coef. multiplicateur (à partir du PA)
- . Coef. diviseur (à partir du PA)
- . Marge brute (en unité monétaire)

En EA, seul le TM est le référentiel principal afin de favoriser la cohérence dans tous les calculs et rapports.

**5<sup>o</sup> règle**

Le PR global ne représente pas la Valeur Ajoutée mais l'architecture initiale du prix. Tout PR se décompose en 5 niveaux intermédiaires :

- . PR1 (Coûts d'achats)
- . PR2 (Coûts de production)
- . PR3 (Coûts fixes de structure)
- . PR4 (Coûts variables de prestation)
- . PR5 (Provisions)

Le PR global n'inclut pas la Marge qui est un 6<sup>o</sup> niveau distinct.

**6<sup>o</sup> règle**

La Marge est toujours indépendante du PR global. Son % se détermine par rapport au PV HT construit, souhaité ou négocié.

### 7° règle

Il existe 3 méthodes pour calculer un PR intermédiaire :

- . via les Coûts réels
- . via les Charges constatées
- . via un % du PR intermédiaire

Cette approche ne concerne pas le PR5 (Provisions).

### 8° règle

Tout PR global se construit de bas en haut (PR1 vers PR5).

Tout PR intermédiaire se calcule pas à pas (poste par poste).

### 9° règle

Le % d'un PR intermédiaire se détermine toujours en fonction du PR global et non du PA HT ou du PV HT.

### 10° règle

Le PR5 (Provisions) se calcule obligatoirement sous forme de % ou de valeur consécutive de la somme des PR1 à PR4. Il ne peut se calculer sur le PR global car il intégrerait alors une seconde fois le % de provision. Il ne peut également se calculer à partir du PV HT car il intégrerait en plus l'effet marge.

### 11° règle

La variation du PV HT initial est possible en Pricing et négociation tarifaire, à la hausse ou à la baisse. Cette variation affecte alors directement le TM, le PR HT initial, le(s) PR intermédiaires et/ou la marge, ce qui suppose toujours une réciprocité de contreparties et/ou de compensations.

### 12° règle

Prix marché et prix équitable ne sont pas forcément compatibles. La notion de prix équitable particulièrement dans la chaîne d'intermédiation propre au B2C doit permettre de protéger, à la fois, le producteur amont (éviter les prix trop bas) et le consommateur aval (éviter les prix trop chers) tout en clarifiant les relations de vente et d'achats dans les phases intermédiaires. Il est dès lors nécessaire entre professions et métiers de définir, entre eux, 3 éléments principaux en matière de prix équitable :

1. Fixation d'un nombre maximal de 5 maillons utiles dans la chaîne d'intermédiation : producteur/coopérative, fabricant/usine de transformation, grossiste/centrale, transport/logistique, distributeur/commerce.
2. Toute autre forme d'intermédiation doit être considérée comme «services» ou «prestations» à intégrer dans la valeur ajoutée de l'un ou de l'autre des principaux maillons de la chaîne.
3. La valeur ajoutée globale de référence (X) dans le PV HT final réglé par le consommateur/utilisateur doit être un multiple symétrique de la valeur ajoutée du premier maillon (producteur/coopérative), laquelle ne peut être inférieure à X divisé par le nombre de maillons utiles (xn).

Ex. : si PV final = 100 avec 4 maillons, la VA du 1er maillon = 25%.