

A	Erreur ! Signet non défini.
9. Prix de cessions internes	1
9.1 Définitions	1
9.2 Objectifs	2
92.1 Optimisation des choix économiques	2
92.2 Motivation du personnel	2
92.3 Contrôle de la performance des centres	2
92.4 Incompatibilité des missions	2
9.3. Politique centralisée des prix de cessions internes	2
93.1 Référence au prix du marché	2
931.1 Prix réel du marché	Erreur ! Signet non défini.
931.2 Prix approximé	Erreur ! Signet non défini.
93.2 Référence aux coûts	3
932.1 Coût complet réel	Erreur ! Signet non défini.
932.2 Coût standard	Erreur ! Signet non défini.
932.3 Coût partiel	Erreur ! Signet non défini.
932.4 Marge bénéficiaire	Erreur ! Signet non défini.
9.4. Critères de choix pour la fixation des prix de cession	3
94.1 Nature du centre	3
94.2 Les sources d'approvisionnement	3
94.3 Stratégies et politiques	3
943.1 Stratégies	Erreur ! Signet non défini.
943.2 Politiques	Erreur ! Signet non défini.

9. Prix de cessions internes

9.1 Définitions

Les prix de cessions internes :

- valorisent les transferts
- sont fixés :
 - par référence externe au prix de marché (benchmark)
 - soit interne au coût des produits cédés plus une marge.

- ne modifient pas le résultat total de l'entreprise.

9.2 Objectifs

92.1 Optimisation des choix économiques

Les prix de cessions internes ne doivent pas orienter les responsables à maximiser leurs résultats au détriment de l'entreprise.

92.2 Motivation du personnel

Les prix de cessions internes incitent les responsables à être compétitifs même si on ne fait pas appel aux prix de marché.

92.3 Contrôle de la performance des centres

Les différentes finalités des prix de cessions internes sont faites pour maximiser la performance de l'ensemble plutôt que pour la mesurer.

92.4 Incompatibilité des missions

L'évaluation des performances et la motivation des responsables sont parfois incompatibles car si on évalue les responsables par des résultats ces derniers vont être tentés de dégrader les profits d'autres centres.

9.3. Politique centralisée des prix de cessions internes

93.1 Référence au prix du marché

Cela suppose qu'il existe un marché, que ce marché soit concurrentiel et qu'enfin on y retrouve le même type de produit

93.2 Référence aux coûts

Lorsque :

- il n'existe pas de réel marché correspondant au produit fourni
- il existe un marché mais les informations sont trop difficiles à obtenir
- le marché n'est pas suffisamment concurrentiel pour un benchmark

9.4. Critères de choix pour la fixation des prix de cession

94.1 Nature du centre

Pour les centres de profit, le prix réel du marché est préconisé et le coût de revient est le mieux adapté

Centres	Caractéristiques	prix de cession interne
de Profit	avec demande interne et externe	au prix du marché
de résultat	avec demande simplement interne	au coût complet ou au coût marginal + une marge
de coût	objectif de minimisation des coûts, des délais mais Maximisation de la qualité	au coût complet ou marginal

94.2 Les sources d'approvisionnement

- achats réalisés en interne → coût + marge
- achats peu diversifiés → prix de marché à long terme
- achats diversifiés sur un marché très concurrentiel → prix de marché négocié de gré à gré

94.3 Politiques

- **imposition par le contrôle de gestion, lorsque :**
 - les conditions du conflit sont réunies
 - les cessions internes sont rares
 - commande exceptionnelle

- **les prix de cession sont programmés**

La direction concilie les intérêts des centres vendeurs et acheteurs → coût marginal du vendeur + résultat marginale de l'entreprise.