

COUTS DE PRODUCTION

Analyse du coût matière première, du packaging et du coût de production



Le coût des matières premières nécessaires à la fabrication d'une part individuelle de gâteau nantais s'élève à 0,37 €.

Il est essentiel de préciser que ces tarifs sont basés sur des prix non négociés, facturés au tarif standard fournisseur.

Une négociation future, un engagement sur des volumes d'achat ou un changement de fournisseur permettraient ainsi de réduire significativement ce poste, constituant un levier d'optimisation intéressant pour la rentabilité du produit

À ce coût matière s'ajoute le packaging, composé d'une boîte premium en bois à 1,27€ et d'une étiquette personnalisée à 0,20€.

L'intégration d'une charte graphique harmonisée – pensée pour valoriser le produit et soutenir un positionnement artisanal haut de gamme – participe également à ce coût.

Le packaging, bien que qualitatif, représente une dépense importante et atteint 1,47€, soit plus de trois fois le coût du gâteau lui-même. Cela crée un déséquilibre notable dans la structure du prix de revient.

À ces éléments vient s'ajouter le coût de production, qui correspond à l'ensemble des charges nécessaires à la fabrication du produit :

- main-d'œuvre (temps de préparation, cuisson, découpe, montage, étiquetage),
- consommation énergétique (cuisson, réfrigération, machines),
- amortissement du matériel,
- gestion du poste de production (hygiène, organisation, nettoyage).

Dans le cadre d'une fabrication artisanale, ce coût est généralement estimé entre 30% et 40% du coût total du produit fini.



COUTS DE PRODUCTION

Pour ce projet, une base de calcul de 35 % a été retenue, soit 0,64 € supplémentaires par part. Ce pourcentage reflète les besoins en temps et en énergie liés à une production soignée, régulière et respectueuse des normes professionnelles.

L'ensemble de ces postes (matières premières, packaging et production) conduit à un coût de revient global d'environ 3,00 € par part.

Ce coût est déterminant dans la construction du prix de vente final, en particulier dans le cadre d'une commercialisation destinée à des revendeurs et épiceries fines, où la marge du producteur doit être préservée tout en laissant un espace suffisant pour la marge du distributeur.

Conclusion

Plusieurs pistes d'optimisation sont actuellement à l'étude.

D'une part, la révision du packaging, dont le coût est actuellement disproportionné par rapport au gâteau, pourrait permettre de réduire fortement le prix de revient.

D'autre part, la négociation du prix des matières premières, aujourd'hui plein tarif, constitue un second levier majeur.

L'objectif est double : réduire les coûts, et ainsi pouvoir proposer un prix professionnel compétitif, tout en conservant une identité visuelle élégante et une qualité de fabrication artisanale adaptée au circuit des épiceries fines.

