

**Corrigé du BTSOL 2001**  
**ECONOMIE ET GESTION D'ENTREPRISE**

Mme OMBLES E. - Mr ANGUENOT J.C. - Mr PASCAL A.

Attention : Ces corrigés n'ont pas valeur de correction officielle. En aucun cas ils ne constituent le cadre de référence des correcteurs.

**DOSSIER 1 : Rachat d'un fonds de commerce**

**1.1 Cession du bail**

Selon l'article 1717 du Code Civil, la cession d'un bail commercial est libre. Le propriétaire des murs ne peut donc empêcher Monsieur Touron de céder son bail à la société de messieurs Vériste et Buipeau, qui deviendra alors locataire en lieu et place de Monsieur Touron, avec les mêmes droits et obligations.

La société bénéficiera ainsi du droit au renouvellement du bail, à la fin de la période de 9 ans ( dont 2 sont déjà écoulés), à condition d'avoir rempli toutes ses obligations, notamment d'avoir honoré le paiement des loyers et d'avoir réellement exercé l'activité au cours des 3 dernières années.

La société devra, soit formuler la demande de renouvellement au moins 6 mois avant l'expiration de la période de 9 ans, soit attendre la proposition de renouvellement du propriétaire.

Une indemnité d'éviction lui serait alors versée par le propriétaire en cas de refus de renouvellement de sa part. Cette indemnité dépendrait à priori de la valeur du fonds, des frais de déménagement et de réinstallation, et des droits de mutation relatifs à l'acquisition d'un nouveau fonds.

**1.2 : Statuts à compléter (annexe à rendre)**

Les soussignés:

Monsieur Henri Vériste, demeurant à Aurillac, 3 rue de la Chapelle, né le 25 juin 1965 à Lyon, célibataire et de nationalité française.

Monsieur Louis Buipeau, demeurant à Aurillac, 12 avenue des Alouettes, né le 17 octobre 1967 à Paris, célibataire et de nationalité française.

Article 1 : Il est constitué entre les soussignés une société à responsabilité limitée, qui sera régie par la loi du 24 juillet 1966 et par les présents statuts.

Article 2 : La société a pour objet exploitation d'un fonds d'optique lunetterie

Article 3 : Dénomination sociale SARL Clair Vision

Article 4 : Le siège social est fixé à 113 rue de la République 15000 Aurillac

Article 5 : La durée de la société est fixé à 99 ans à compter de son immatriculation au registre du commerce et des sociétés sauf prolongation ou dissolution anticipée.

Article 6 : Apports en numéraire

M Vériste apporte 252 000 F

M Buipeau apporte 148 000 F

soit un apport en numéraire total de 400 000 F

Article 7 : Le capital social est de 400 000 F divisé en parts égales d'une valeur nominale de 100 F, répartis comme suit:

M Vériste ; 2 520 parts  
M Buipeau ; 1 480 parts

Article 8 : la société est administrée par Monsieur Vériste

Fait à Aurillac le 30 septembre 2000

Mentions "lu et approuvé" et signatures

## **DOSSIER 2 : L'adhésion à une centrale d'achat ou à un groupement**

	Centrale AXIA	STYL'OPTIQUE	Comparaison
<b>Aspects juridiques</b>			
Conditions d'entrée	Aucune	Etre opticien diplômé	Diplôme obligatoire dans la réalité
Statut juridique	Société anonyme	Coopérative	Droit au vote intéressant dans la coopérative
Autonomie de l'opticien	Totale	70% des achats doivent transiter par la centrale + stocks liés aux pub nationales	L'enseigne est plus contraignante mais on conserve une autonomie pour les achats
Services proposés	Aucun sauf assistance en action commerciale mais payante	12 modules de formation + assistance gestion + assistance action comm	L'enseigne offre un soutien intéressant à l'opticien sur plusieurs plans
<b>Aspects financiers</b>			
Investissement initial	Aucun droit d'entrée Agencement 3 000 F HT/M2 Informatique 50 000 F	Droit d'entrée 7 300 F Agencement 6 000 F HT/M2 Informatique 65 000 F	L'adhésion à l'enseigne est plus coûteuse que l'adhésion à la centrale
Frais annuels	7 800F + 2.5% du CA HT	12 4500F + 4% du CA HT	L'enseigne coûte plus de 40% de plus que la centrale
Conditions de paiement	45 jours moyenne	35 jours fin de mois	meilleur délai pour l'enseigne
<b>Niveau commercial</b>			
Politique comm, cible	Centre Ville, services	Seniors et presbytes	Compatibles avec Aurillac centre
Politique de prix	25% remise à l'achat 60 à 63% marge brute	30% remise à l'achat 60 à 65% marge brute	L'enseigne permet de dégager des marges plus intéressantes grâce à des économies sur les prix d'achat
Approvisionnements	130 fournisseurs	160 fournisseurs	Large choix dans les deux cas
Dynamique du réseau	30MF de pub par an	75MF de pub par an	Meilleure couverture pub pour l'enseigne même en local

## 2.2 : Comptes de résultats différentiels dans les trois hypothèses

Chiffre d'affaires HT		SITUATION ACTUELLE 1 200 000		ADHESION AXIA Hypothèse : +5% CA HT		ADHESION STYL'OPTIQUE Hypothèse : +10% CA HT
	Détail Calcul	En Francs	Détail	En Francs	Détail	En Francs
<b>Chiffre d'affaires HT</b>		<b>1 200 000</b>	<b>1 200 000 x 1.05</b>	<b>1 260 000</b>	<b>1 200 000 x 1.10</b>	<b>1 320 000</b>
<b>- Charges Variables</b>		-632 000		-623 500		-614 800
Coûts d'achat	632 000		592 000		562 000	
Redevance pub			2.5% du CA = 31500		4% du CA = 52 800	
Sous Total			623 500		614 800	
<b>-Marge / CV</b>		<b>= 568 000</b>		<b>-636 500</b>		<b>=705 200</b>
<b>- Charges Fixes</b>		<b>-350 000</b>		<b>-377 300</b>		<b>-408 800</b>
Charges fixes initiales	350 000		350 000		350 000	
Budget de fonctionnement			7 800		12 500	
Droits d'entrée					5 000	
Souscription parts			65 x 3000 / 10		65 x 6000 / 10	
Amo Agencements	350 000		= 19 500		= 39 000	
Sous-Total			377 300		408 800	
<b>Résultat</b>		<b>=218 000</b>		<b>=259 200</b>		<b>= 296 400</b>

### Calcul du seuil de rentabilité pour chacune des 3 hypothèses :

Le seuil de rentabilité est le chiffre d'affaires qu'il faut atteindre pour réaliser un résultat nul, c'est à dire pour que la marge sur coûts variables couvre juste les charges fixes.

On applique alors la formule :  $SR = \text{Charges Fixes} / \text{Taux de marge sur Coûts Variables}$

Ou encore  $SR = (\text{Charges Fixes} \times \text{Chiffre d'affaires}) / \text{Marge sur Coûts Variables}$ .

On obtient 739 437 francs dans la situation actuelle, 764 894 francs avec Axia et 765 196 francs avec Styl'Optique.

### Calcul du point mort :

Il s'agit de la date à laquelle une entreprise bénéficiaire atteint son seuil de rentabilité. On suppose l'activité régulière sur un exercice de 360 jours.

Dans la situation actuelle, on réalise 1 200 000 francs de CA en 360 jours, on met donc  $360 / 1\,200\,000 \times 739\,437 = 221.8$  jours à atteindre le seuil de rentabilité.

Le point mort tomberait donc le 222 e jour de l'exercice qui devrait commencer le 1er octobre 2000 d'après les statuts. Cela correspondrait, avec des mois de 30 jours, au 12 mai 2001.

On obtient par le même raisonnement le 4 mai 2001 avec Axia et le 29 avril avec Styl'Optique.

## 2.3 : Choix du système le mieux adapté à la SARL Clair Vision

On peut déjà rejeter l'idée de poursuivre l'activité sous sa forme actuelle puisque monsieur Touron lui-même, bien qu'implanté depuis un certain temps à Aurillac, ne s'est pas développé depuis trois ans. Le nombre de concurrents et la variété des formes commerciales qu'ils représentent rendent presque indispensable l'adhésion à une enseigne ou à une centrale d'achat pour un nouveau venu.

Bien que la centrale Axia offre les avantages de moindre coûts d'entrée, d'investissements moins lourds, d'une plus grande autonomie et d'une politique axée sur les opticiens de centre ville, il semble que l'on s'orientera plutôt vers l'adhésion à l'enseigne Styl'optique pour diverses raisons :

Elle fournit d'abord un important soutien logistique gratuit, notamment sur le plan des actions commerciales locales, et particulièrement en direction des clients presbytes qui composent la majorité de la clientèle de monsieur Tournon.

Elle repose ensuite sur des campagnes de publicité nationales et même locales beaucoup plus ambitieuses et probablement plus efficaces pour assurer une bonne notoriété à ses adhérents et une bonne progression du chiffre d'affaires. On a retenu ici 10%.

Enfin, les conditions d'achat sont nettement plus intéressantes et permettent de dégager des marges qui permettent d'espérer un meilleur résultat, et d'atteindre le point mort plus rapidement malgré un seuil de rentabilité un peu plus élevé.

### **DOSSIER 3 : Communication commerciale**

Objet : attirer de nouveaux clients dans un point de vente : le parrainage.

#### **3.1 Proposez le type de cadeau qui sera le plus attractif et valorisant pour le parrain et à un coût < 200F.**

**Votre choix doit être cohérent avec la clientèle du point de vente. justifiez votre choix en trois lignes.**

Dans ce cadre l'objectif est triple :

1. Accroître le volume de clientèle
2. Renforcer la notoriété de la structure
3. Optimiser la fidélisation au point de vente

Le cadeau devra donc être porteur de la marque et s'inscrire dans la dynamique de commercialisation du point de vente.

Première proposition :

Un chèque fidélité sous forme d'une carte magnétique : un pourcentage du montant des achats donne droit à un cumul de points.

Deuxième proposition :

Un stylo, une montre, un tapis de souris...

#### **3-2 Monsieur Vériste vous demande de rédiger la lettre qui sera adressée aux clients les plus fidèles. Vous respecterez les conditions de forme propre à une lettre de publipostage.**

Tout d'abord rappelons que la technique du publipostage s'inscrit dans le cadre des actions de mercatique traditionnelles ou marketing direct.

L'objectif de cette démarche est

D'animer en créant du trafic sur le point de vente.  
De fidéliser en créant un club de clients fidèles.

Il s'agit donc d'une lettre de publipostage adressée aux clients les plus fidèles.

A- Attirer leur attention : "... et vos achats seront désormais gratifiés, et donc, Madame, Mademoiselle, Monsieur,

Il pourrait y avoir deux raisons à cela, la première est que vous êtes client chez nous, la seconde est que vous parrainez nos futurs clients."

B- Eveiller l'intérêt : "Vous renouvelez, vous complétez ou vous achetez un équipement pour un membre de votre famille. vous pouvez bénéficier d'une carte à points donnant droit à des remises... et ce pour une durée déterminée."

C- Faire naître le désir : "Vous achetez dans de meilleurs conditions au sein d'un point de vente connu et reconnu, vous bénéficierez d'offres spéciales à des conditions avantageuses et durables."

D- Décider à l'action : "pour bénéficier et pouvoir utiliser votre carte d'adhérent club optic au plus vite, devenez notre partenaire en parrainant de nouveaux clients. Cela vous permettra de cumuler un certain nombre de points donnant droit à une remise sur vos achats à hauteur de 10%. Vos filleuls se présentent au magasin dans les trois mois qui suivent la date de réception du courrier. J'attends votre appel au .. .. ."

PS : avantages et cadeaux spéciaux si réponse dans les dix jours.