

Note : Ce corrigé n'a pas de valeur officielle et n'est donné qu'à titre informatif sous la responsabilité de son auteur par Acuité.

**Correction du sujet d'Economie et Gestion de l'Entreprise
BTS Opticien Lunetier Session 2007
Proposé par Ibrahima Bah**

Projet 1 : rachat d'un fonds existant (10 points)

Aspects juridiques et comptables

I.1 : pour s'approcher du « vrai prix », une analyse de la rentabilité et de l'équilibre financier de l'affaire est impérative. Mlle Maitrel se pose plusieurs questions précises à ce sujet. Elle se soucie notamment de la correspondance entre les chiffres du bilan et ceux du compte de résultat. Veuillez répondre à ses questions qui figurent dans l'annexe 2 (page 6).

► Analyse de l'exploitation et du résultat :

1- l'importance des dettes (cf. bilan, ici on s'occupe uniquement des emprunts=200K€) est visible dans le compte de résultat : des emprunts importants du bilan provoquent naturellement des charges financières (cf. compte de résultat, 40K€) importantes. Cela a une incidence directe sur le résultat courant avant impôt [RCAI = Résultat d'exploitation + produits financiers – charges financières = (300-240) + 20 – 40= 40K€]. Sans les charges financières, le RCAI aurait été 2 fois plus important (80K€ au lieu de 40 actuellement).

2- la valeur du stock se trouve dans l'actif circulant. Elle n'est pas identifiée. Pour la trouver, il faudra faire un inventaire extracomptable. De façon générale, l'évaluation d'un fonds de commerce englobe la valeur de l'ensemble des éléments qui le composent, à l'exception du stock qui fait l'objet d'une évaluation séparée. En optique de détail, la valeur du stock n'influe pas sur la valeur du fonds mais, elle peut avoir un certain intérêt en terme de correction de la valeur.

3- le montant des dotations aux provisions pratiquées sur le stock se trouve dans le compte de résultat¹. En effet, On dote des provisions sur le stock (dotation aux provisions pour dépréciation des stocks) quand le stock perd de la valeur. La dotation a pour but de répercuter cette dépréciation sur le résultat qui devient ainsi moins important ($R = \text{produits} - \text{charges}$). Grosso modo, sans les dotations, le résultat imposable serait un peu plus important et pourrait notamment se « volatiliser » en imposition par exemple.

4- En principe, le montant exact des amortissements pratiqués l'an dernier se trouve dans le bilan N-1 (ici, on l'a dit, le bilan est en valeur nette et on ne voit pas la colonne amortissements et provisions) ainsi que dans le compte de résultat (dotations aux amortissements). En effet, étant donné que le fonds de commerce contient un ensemble d'immobilisations (corporelles et incorporelles) amortissables, il va sans dire que la connaissance du montant exact des amortissements est nécessaire pour déterminer la valeur du fonds.

5- Oui, le comptable a raison d'appeler à la précaution. En effet, un bénéfice ou une perte ne suffisent pas pour juger la rentabilité d'un magasin ; Mlle maitrel peut dégager un bénéfice intéressant en fin d'exercice sans pour autant que son activité soit en bonne santé (ou réaliser une perte alors que son activité est excellente). Pour cause, au cours de l'exercice, des opérations qui n'ont strictement aucun rapport avec l'exploitation normale et courante d'un magasin d'optique (produits financiers et exceptionnels) ont pu être enregistrées. Exemple : la vente d'une immobilisation (opération exceptionnelle) sur laquelle le magasin réalise une plus-value entraîne un bénéfice exceptionnel. Dans ce cas, même si le résultat d'exploitation est faible (voire négatif), le résultat de l'exercice pourra être bénéficiaire grâce à ce résultat exceptionnel. Le même raisonnement peut être fait pour les opérations financières. Le résultat d'exploitation est le SIG qui permet d'évaluer la vraie valeur de l'exploitation (ici, 60K€). Le résultat aurait pu être plus intéressant si le niveau des charges était mieux maîtrisé (moins important). Du reste, l'exploitation semble correcte. Remarque : ne pas confondre valeur de l'exploitation et performance de l'exploitation. En effet, si le résultat d'exploitation est considéré comme le résultat du

¹ On rencontre également des provisions dans le bilan. Mais, celui que nous avons dans le présent sujet est un cas d'école (bilan simplifié) dans lequel les valeurs brutes n'ont pas été mises en évidence.

métier (ressource nette dégagée par le métier), l'EBE quant à lui mesure la performance de Mlle Maitrel dans sa gestion de l'activité : l'EBE c'est ce qui reste de la VA (richesse créée) après paiement des taxes et des charges de personnel. Plus l'EBE sera important, plus on dira que Mlle Maitrel a été performante. C'est pourquoi, le banquier a l'habitude de porter une attention particulière sur l'EBE lors de l'analyse d'une demande de crédit.

► Analyse de l'équilibre financier

6- L'acquisition du matériel gonfle les emplois stables. Cela a pour effet de diminuer le FR ($FR = \text{ressources stables} - \text{emplois stables}$).

7- Le bénéfice fait partie des ressources stables. Utiliser le bénéfice pour verser des dividendes revient à diminuer le niveau du fonds de roulement et par conséquent, la trésorerie ($\text{Trésorerie} = FR - BFR$).

8- $BFR = \text{stock} + \text{créances} - \text{dettes fournisseurs}$. Si le BFR augmente, cela signifie que le stock et les créances clients sont de moins en moins atténués par les dettes fournisseurs. En outre, si du fait de l'augmentation du BFR, le FR lui est inférieur ($FR < BFR$), les ressources stables de Mlle Maitrel ne suffiront pas à couvrir le besoin de financement de son cycle d'exploitation ; elle aura besoin de ressources supplémentaires sous forme de découverts bancaires constituant la trésorerie de passif (trésorerie négative). Ce qui engendre des charges financières supplémentaires. Cette situation, si elle perdure, peut mettre en péril l'équilibre financier de son entreprise.

**I.2 : par sécurité, Mlle Maitrel vous demande de résoudre le problème suivant :
Si après la cession, il s'avère que l'activité commerciale ne correspond pas au chiffre d'affaires contractuellement annoncé par le vendeur,**

1) quels types d'actions juridiques pourraient tenter Mlle Maitrel afin de remettre en cause cette vente ?

Remarque préalable : pour se former valablement, le contrat de vente commerciale doit, comme tout contrat, respecter 3 critères :

- un consentement exempt de vice (erreur, dol, violence) ;
- les parties doivent avoir la capacité juridique pour contracter : critère respecté car, à l'évidence, Mlle Maitrel n'est ni mineure non émancipée, ni majeure incapable ;
- l'objet et la cause du contrat doivent être licites et conformes aux bonnes mœurs : critère également respecté car l'objet du contrat (achat d'un fonds) et la cause (pour y installer une activité optique) sont licites et conformes aux bonnes mœurs.

Cependant le premier critère n'est pas respecté (car consentement vicié par erreur ou dol). Cela dit, Mlle Maitrel peut ester une action en nullité/une action en responsabilité contractuelle.

En règle générale, l'action doit être exercée dans un bref délai après la découverte du vice. La loi ne fixe aucune limitation dans le temps pour la garantie. Tant et si bien que, pour ce qui concerne la garantie des vices attachés à la cession d'un fonds de commerce, les solutions jurisprudentielles (et doctrinales) fixent la limitation dans l'année à compter du jour de la vente.

2) À quelles conditions peut-elle le faire ?

- premières conditions : certes, il est établi (cf. annexe 1) que « l'erreur sur la valeur du fonds ne peut à elle seule fonder une action en nullité² ». Cependant, si l'erreur porte sur les qualités substantielles ou essentielles de la chose, objet du contrat (ici, c'est l'annonce par le vendeur d'un chiffre d'affaires alléchant qui a poussé Mlle Maitrel à contracter), le code civil prévoit que le contrat doit être annulé. En outre, la nullité est encourue en cas de dol. Il y a dol, si Mlle Maitrel est victime d'une tromperie ou de manœuvres frauduleuses de la part du vendeur pour la décider à contracter. Pour simplifier, on dira que la faute dolosive consiste dans le fait d'accomplir un acte (vente du fonds) en pleine connaissance du préjudice (faiblesse

² En effet, si toute erreur était source de nullité, il en résulterait une grande instabilité dans les relations commerciales notamment en matière de consommation et d'investissement. Ce qui serait préjudiciable au dynamisme de l'activité économique.

du chiffre d'affaires) que cela va causer à l'autre partie (Mlle Maitrel). C'est en l'espèce le cas, ici.

- Autre solution : étant donné que la responsabilité civile est retenue lorsqu'un préjudice a été causé à autrui, si Mlle Maitrel intente une action en justice, elle doit prouver que le vendeur lui a causé un préjudice. Pour ce faire, elle doit démontrer les éléments suivants :

- une faute (l'inexactitude) : « le vendeur est tenu de la garantie de l'exactitude des énonciations relatives aux chiffres d'affaires... » (cf. annexe 1) ;
- un dommage ou préjudice (préjudice moral manifestement subi par Mlle Maitrel) ;
- un lien de causalité entre la faute et le dommage. Ce lien est évident, ici.

Que pourra-t-elle obtenir ?

. Mlle Maitrel peut demander au juge :

- de prononcer la nullité du contrat (car le chiffre d'affaires contractuellement annoncé par le vendeur ne correspond pas à la réalité), éventuellement accompagnée de dommages et intérêts en guise de réparation de la totalité du préjudice subi (Mlle Maitrel peut se faire restituer les impenses c'est-à-dire, les dépenses pour la conservation ou l'amélioration du fonds qu'elle a probablement faites).
- de réduire le prix (en raison de la garantie des vices cachés due par le vendeur) ;

I.3 : Mlle Maitrel qui considère que le salarié ne fait pas partie du fonds, renoncerait à le « réembaucher » (selon ses propos). Que pensez-vous de l'interprétation de Mlle Maitrel ? Un licenciement serait-il préférable ? Argumentez votre réponse.

Certes, le contrat de travail (y compris le salarié lui-même) ne fait pas partie des composantes (corporelles et incorporelles) d'un fonds de commerce. Mlle Maitrel a raison sur ce point-là. Mais, son interprétation (sur un plan global) est erronée car il

ne s'agit pas d'un réembauchage (l'ancien propriétaire n'a résilié aucun contrat avant la vente du fonds). Cela dit, du fait qu'elle exerce une activité analogue avec les mêmes types d'emplois, les contrats de travail en cours se poursuivent automatiquement entre elle et le personnel. Si elle licencie le salarié en question, le licenciement sera dépourvu de cause réelle et sérieuse (licenciement abusif).

Un licenciement (abusif) n'est pas forcément préférable du fait des conséquences qu'elle encourt.

Conséquences d'un licenciement abusif : les formalités et les charges ne sont pas si simples car :

- Entretien préalable : convocation par lettre recommandée (ou remise au salarié contre décharge).
- Si Mlle Maitrel maintient sa décision, elle devra faire une deuxième lettre recommandée avec accusé de réception. Cette lettre doit préciser très exactement le motif du licenciement.
- Préavis à respecter : la durée dépend de l'ancienneté du salarié et de la convention collective
- Indemnité de préavis ou de brusque rupture (en cas de non respect de préavis par Mlle Maitrel)
- Heures de recherche d'emploi dues au salarié pendant la durée du préavis³
- Indemnités de congés payés
- Indemnités de licenciement (si le salarié a au moins 2 ans d'ancienneté dans l'entreprise).
- Dommages et intérêts : montant est à déterminer par le juge
- Documents à remettre au salarié : dernier bulletin de salaire, certificat de travail, reçu pour solde de tout compte, attestation destinée aux Assedic.

³ « Pendant la durée du préavis, même en cas de démission, les ouvriers, employés, agents de maîtrise ou cadres, sont autorisés à s'absenter 2 heures par jour ouvré pour chercher du travail. Ces absences seront fixées alternativement un jour au gré de l'employeur, un jour au gré du salarié et ne donneront lieu à aucune réduction de salaire ou d'appointement. D'un commun accord, les heures susvisées pourront être groupées » source : convention collective.

Aspects commerciaux

I.4- Quelles actions de communication commerciale pourraient être mises en œuvre pour informer du changement de propriétaire (en considérant que Mlle Maitrel dispose d'un budget de 4000€).

Données préalables importantes :

- cette question ne concerne que le projet 1 (ici, changement de propriétaire) ;
- le fonds est situé en plein centre de Fort-de-France ;
- Fort-de-France compte 95 000 habitants (cf. annexe 3). Mais on ne connaît pas la population cible (en nombre). On va donc, par hypothèse, l'estimer à 8 000 par exemple (le raisonnement sera donc fait sur cette base).
- Budget total : 4000€.

Réponse : S'agissant d'un changement de propriétaire, Mlle Maitrel doit, dans un premier temps, faire savoir que le magasin est toujours là mais qu'il a changé de propriétaire. Elle peut, pour ce faire, utiliser le fichier client de son prédécesseur ou procéder à une location de fichier (une adresse en location coûte, en général, de 0,10 à 1€HT, selon la qualité et la rareté du fichier, etc. l'achat d'un fichier coûte, quant à lui, 2 à 4 fois plus cher).

Ensuite, Mlle Maitrel doit, en pratique, élaborer son planning de diffusion des messages (plan média ou media planning). Le planning apporte plus de visibilité sur la durée totale de l'opération, son calendrier mais aussi la fréquence des parutions. Pour simplifier, elle devrait par exemple :

- communiquer sur une offre d'ouverture alléchante. Par exemple : « Une percée en titane achetée, la deuxième offerte ». Ce slogan simple permet d'attirer un certain nombre de clients pour découvrir le nouveau cadre. Ensuite, toutes les boîtes aux lettres de la localité doivent recevoir un ISA (coût moyen : environ 480 à 560 €, en supposant qu'un ISA coûte 6 à 7 centimes d'euros ⇒ il restera à la disposition de Mlle Maitrel environ 3500€). Cette opération doit être accompagnée d'une

inauguration officielle qui permettra d'inviter tous les ophtalmologistes de la ville ainsi que les pharmaciens et autres prescripteurs (coût moyen d'une opération de relations publiques pour 60 invités : environ 1000€, données issues d'une des revues professionnelles de l'optique ⇒ il reste 2500€ environ) ;

- faire une distribution de prospectus, publicité dans un journal gratuit de la zone de chalandise, affichage (dans les endroits bien fréquentés), radio locale. Le tout pour 2500€ (à noter que le coût d'une campagne de communication (pour 2 mois) à la radio et dans les journaux locaux est estimé à 1 300€ environ ⇒ les 4000€ sont consommés. Si le budget était supérieur à 10 000€, elle aurait pu envisager, en plus de la radio locale, le cinéma du quartier y compris la presse quotidienne régionale sans oublier le publipostage qui est particulièrement adapté mais aussi le parrainage d'un évènement local (épreuve sportive, fête,...), tee-shirts, etc.

I.5- prix psychologique d'une « solaire créateur ».

1) détermination du prix psychologique

	Question A	Question B	Prix excessif		Qualité insuffisante		Taux d'acceptabilité
			%	% Cumulé croissant (1)	%	Cumulé décroissant (2)	
Prix de vente (TTC)	Mauvaise qualité	Trop cher	%	% Cumulé croissant (1)	%	Cumulé décroissant (2)	100-(1)-(2)
30	10	0	0	0	2	100	0
50	50	0	0	0	10	98	2
70	80	0	0	0	16	88	12
90	80	40	8	8	16	72	20
110	110	60	12	20	22	56	24
130	80	90	18	38	16	34	28

150	60	70	14	52	12	18	30
170	30	80	16	68	6	6	26
190	0	100	20	88	0	0	12
210	0	60	12	100	0	0	0
	500	500					

2) commentaires et limites

Commentaire : le prix psychologique est donc de 150 € TTC. C'est ce prix qui satisfait la plus grande part du marché (ici, 30% des acheteurs potentiels). Autrement dit, sur 500 personnes interrogées, la majorité (soient $30\% \times 500 = 150$) est prête à mettre 150€ pour s'offrir une « solaire créateur ».

La méthode du prix psychologique donne des indications utiles sur le prix que le consommateur souhaiterait voir porté sur l'étiquette. Cependant, elle présente certaines limites :

- elle convient assez bien aux produits de consommation courante pour lesquels le consommateur est relativement bien informé ; en revanche pour des produits nouveaux ou moins courants, le consommateur n'a pas d'idée précise sur le prix ;
- les questions posées concernent des opinions et non des intentions d'achat. Ainsi, en situation d'achat réel, les comportements pourraient diverger des opinions formulées ;
- les questions posées privilégient le prix. L'aspect qualité des services n'est pas mis en avant ;
- la représentativité de l'échantillon n'est pas forcément garantie et les résultats de l'enquête ne sont valables que par rapport à une période donnée.
- le prix d'acceptabilité obtenu n'assure pas forcément le bénéfice.

Voilà autant de limites qu'il convient de prendre en compte pour déterminer la variable prix à partir d'une telle analyse. Par ailleurs, avant d'appliquer le prix psychologique, Mlle Maitrel devra s'assurer du respect de la réglementation (par exemple, la loi Galland). Elle devra en outre vérifier que ce prix est compatible avec

ses objectifs de rentabilité ainsi qu'avec son image et son positionnement envers ses concurrents.

Projet 2 : nouveau bail dans un centre commercial (10 points)

Aspects commerciaux et financiers

II-1- données chiffrées relatives au futur magasin

Charges	Total	variables	Fixes
Charges d'exploitation annuelle au m^2 : (Valeur locative + charges locatives= $600 \times 90 m^2$)	54 000		54 000
Charges de personnel	63 000		63 000
Budget de communication	9 000		9 000
Investissements (annuels) :			
Agencement ⁴ + matériel =	16 650		16 650
$\frac{750 \times 75 m^2 + 27000}{5}$			
Charges variables :		48%CA	
Coût d'achat (40%CA)			
Autres charges variables (8%CA)			
Totaux		48%CA	142 650

Remarque :

- si la marge commerciale (également appelée marge brute ou encore marge sur coût d'achat)= $60\%CA \Leftrightarrow$ coût d'achat des marchandises vendues = $40\%CA$
- si $CV = 48\%CA$ cela entraîne ipso facto que la $MSCV=52\%CA$

⁴ Seule la surface de vente est agencée.

D'où :

$$1) SR = \frac{CF}{\%MSCV} = \frac{142650}{0,52} = 274\ 327$$

Vérification :

	Montants
CA	x (=chiffre d'affaires critique)
-	
Coût d'achat	$40\% x$
= Marge brute	$x - 40\% x = x(1-40\%) = 60\% x$
-	
Autres CV	$8\% x$
= MSCV	$60\% x - 8\% x = 52\% x$
-	
CF	142 650
= R	$52\% x - 142\ 650$

Au seuil de rentabilité, le résultat est nul $\Rightarrow R=0$.

$$D'où : 52\% x - 142\ 650 = 0$$

$$\Rightarrow x = 142\ 650 / 0,52 = 274\ 327$$

SR (en valeur) ou chiffre d'affaires critique = 274 327

2) a) et b) indiquez à Mlle Maitrel les coûts supplémentaires générés

- par une installation en centre commercial :

Loyer (une partie est fixe, dans la plupart des centres commerciaux et l'autre variable car indexé sur le chiffre d'affaires), ticket d'entrée (fixe),

- par une éventuelle adhésion à une enseigne de notoriété nationale :

Droits d'entrée (fixe, exemple : 50 000€), redevances publicitaires (variables, exemple : $x\%$ du CAHT), redevances pour l'enseigne (variables), cotisations mensuelles (dans la plupart des cas, les cotisations mensuelles sont fixes ; sinon partie fixe + partie variable). D'autres enseignes ne font pas payer de cotisations mensuelles.

Incidence sur le SR : les charges variables, quand elles sont importantes, diminuent la MSCV. Cette dernière marge est, elle-même rognée par le niveau des charges fixes. Par conséquent, des charges (fixes et variables) élevées ne favorisent pas l'arrivée rapide dans la zone de bénéfice. Pour cause, elles accroissent le niveau du seuil de rentabilité.

II-2- données chiffrées relatives au marché martiniquais

1) Calculez le chiffre d'affaires prévisionnel du magasin

Ici, 4 étapes sont envisageables :

Première étape

- calculer le chiffre d'affaires potentiel (ou demande potentielle) de chacune des sous zones :

= Nombre de porteurs \times panier moyen \times IDC

Avec nombre de porteurs = nombre d'habitants \times taux de porteurs

Deuxième étape

Evaluer le taux d'emprise (en chiffre d'affaires) des sous zones

Troisième étape

Calculer l'évasion commerciale

Quatrième étape

Calculer le CA prévisionnel :

Remarque : Le taux de renouvellement ne figure pas dans l'énoncé. Cela amène à considérer, par hypothèse, que le taux de renouvellement = 1/4 (c'est-à-dire 1 renouvellement tous les 4 ans).

Étapes	Montants TTC (en €)
CA potentiel des 3 sous zones	
Zone immédiate : $152\,000 \times 40\% \times 380 \times 1/4 \times 110/100$	6 353 600
Zone 1 : $28\,200 \times 0,4 \times 95 \times 1,10$	1 178 760
Zone 2 : $74\,200 \times 0,4 \times 95 \times 1,10$	3 101 560
Taux d'emprise (en chiffre d'affaires) des 3 sous zones	
Zone immédiate : $6\,353\,600 \times 0,05 = 317\,680$	
Zone 2 : $1\,178\,760 \times 0,03 = 35\,362,8$	
Zone 3 : $3\,101\,560 \times 0,02 = 62\,031,2$	
<hr/> 415 074	415 074
Evasion commerciale	
Zone immédiate : $317\,680 \times 0,17 = 54\,005,6$	
Zone 2 : $35\,362,8 \times 0,17 = 6\,011,68$	
Zone 3 : $62\,031,2 \times 0,17 = 10\,545,30$	
<hr/> 70 562,58	- 70 562,58
CA prévisionnel annuel du futur point de vente	344 511,42 €TTC*

Soit CA prévisionnel annuel HT = $344\,511,42/1,196 = 288\,053 \text{ €HT}$

* Attention : ce chiffre est exprimé TTC. Mais, le HT est admissible (sauf avis contraire du corrigé officiel).

2) Mlle Maitrel vous demande de calculer la date à laquelle le seuil de rentabilité, calculé précédemment serait atteint

Point mort= $(274327/288053) \times 12 = 11,43$ mois (soient 11 mois pleins et $0,43 \times 30 = 13$ jours \Leftrightarrow 13 décembre). Cela signifie qu'avec un taux de renouvellement de $\frac{1}{4}$, elle ne commencera à rentrer dans la zone de bénéfice qu'à partir du 13 décembre⁵.

Ainsi, avec l'hypothèse d'un taux de renouvellement de $\frac{1}{4}$, le projet n'est viable que si Mlle Maitrel parvient à tirer vers le bas ses charges opérationnelles (charges variables) et de structure (charges fixes). Les principaux éléments sur lesquels elle devrait obligatoirement agir sont :

- les coûts d'achat : elle devrait s'employer à bien sélectionner ses fournisseurs et augmenter son pouvoir de négociation envers chacun d'eux. Sinon, Mlle Maitrel a tout à gagner à adhérer à une centrale afin de profiter de l'important pouvoir de négociation de cette dernière ;
- et les charges de personnel : par exemple, le fait que Mlle Maitrel comptabilise 63 000€ annuels pour ses charges de personnel est la preuve qu'elle envisage de recruter des employés en trop comparativement à son CA prévisionnel⁶.

En outre, des économies sur les « autres achats et charges externes » sont toujours possibles. Sinon, en théorie, son chiffre d'affaires prévisionnel TTC est bon : il se situe au-dessus de la moyenne réalisée par un opticien indépendant dit « pur » ou « isolé »⁷

Aspects juridiques (annexes 4 et 5)

II-3- réglementation de l'activité d'opticien

⁵ Un taux de renouvellement de $\frac{1}{3,5}$ aurait permis à Mlle Maitrel de rentrer beaucoup plus tôt dans sa zone de bénéfice. Ce qui, par conséquent, aurait facilement viabilisé son projet.

⁶ Dans un magasin d'optique, chaque employé réalise en moyenne 250 K€ de chiffre d'affaires annuels. Or avec 63 K€ de charges de personnel (correspondant aux rémunérations annuelles de 3 personnes, à peu près) elle aurait dû obtenir un CATTC prévisionnel d'environ $3 \times 250 \text{ K€} = 750 \text{ K€}$.

⁷ D'après une étude récente de Galileo Business Consulting commandée par la CDO, un magasin indépendant réalise en moyenne 307 300€ TTC de chiffre d'affaires par an.

1) par rapport à son installation, que devra-t-elle vérifier avant de s'engager avec le centre commercial ? Elle doit vérifier les normes d'installation et d'équipement. Et, notamment, voir si :

- ses locaux sont adaptés à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite ;
- l'intérieur (tout comme l'extérieur) du magasin est prêt à accueillir la clientèle (cela renvoie un peu à la notion de merchandising) ;

L'opticien doit, en outre, disposer d'un équipement spécifique destiné aux tests d'évaluation,...

Quelles seront ses démarches administratives en tant que futur propriétaire de magasin d'optique ? 1^{ères} démarches administratives : en règle générale, lors de la création d'un point de vente, les démarches diffèrent selon le statut juridique choisi. Si le futur magasin de Mlle Maitrel est une entreprise individuelle (entreprise en nom propre), une simple déclaration à un CFE (Centre de Formalité des Entreprises) qui se charge d'effectuer toutes les démarches et déclarations nécessaires (RCS, URSSAF, impôts,...) suffit. Par contre, si elle souhaite constituer une société, il faudra d'abord rédiger des statuts (= contrat de société), publier dans un journal d'annonces légales (=tout quotidien ou hebdomadaire autorisé, par le préfet du département, à publier des annonces légales) un avis de constitution de la société qui n'acquiert la personnalité juridique qu'après son immatriculation au RCS⁸.

Autres démarches administratives très importantes : demande d'attribution auprès de la CRAM (Caisse Régionale d'Assurance Maladie) d'un N° Adeli qui figurera sur toute demande de remboursement, s'inscrire à la DDASS (Direction départementale de l'Action Sanitaire et Sociale).

2) citez quelques-unes des obligations liées à l'activité d'opticien après l'ouverture du magasin

« ...présence effective et permanente de l'opticien compétent, ou de son responsable technique », ne pas modifier une ordonnance, etc.....

⁸ C'est cette démarche qui va déclencher l'application du droit commercial. L'absence d'immatriculation ne rend pas le contrat de société nul, mais elle interdit la personnalité morale et la commercialité.

II-4- contraintes spécifiques du bail en centre commercial (s'appuyer précisément sur l'annexe 5).

- Ticket d'entrée,
- loyers plus ou moins exorbitants,
- respect des horaires d'ouverture,
- règles imposées en matière d'entretien du magasin,
- dans certains cas, adhésion obligatoire à une association.