

BTS OPTICIEN LUNETIER
Economie et Gestion de l'Entreprise
SESSION 2012

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.

Proposition de corrigé par Zaky Maroc,
Professeur de Gestion au Lycée Technique Privé d'Optométrie de Bures-sur-Yvette



INSTITUT
ET CENTRE
D'OPTOMÉTRIE
INTERNATIONAL COLLEGE
OF OPTOMETRY

1-1 Note interne :

Emetteur :

date, lieu

Fonction :

Destinataire : cadres d'Optical Discount

Fonction : dirigeants

Objet : résumé du projet de loi Lefebvre

Pièce jointe : texte du projet

Introduction : le projet a deux préoccupations : (I) mettre en conformité le droit français, (II) sauvegarder la santé publique

I) Mise en conformité du droit français

Le droit français est une source de droit inférieure au droit européen. Le droit national doit donc être conforme avec cette source supérieure, sous peine d'amende.

II) La Santé publique à préserver

- Mise en place d'un droit de rétractation de 7 jours francs à compter de la réception de la paire de lunettes
- Nécessité d'une ordonnance valide même pour les plus de 16 ans
- Exclusion de la vente en ligne pour les fortes corrections
- Présence obligatoire d'un diplômé

Conclusion : il y a nécessité pour l'Etat français de mettre son droit en conformité avec le droit européen, sous peine d'amende, mais tout en préservant la santé publique et sans pénaliser les e-commerçants.

Mais qu'en est-il de l'égalité concurrentielle entre commerçants réels et e-commerçants ?

1-2 Justification juridique du site de lunetterie en France

L'Europe met en avant le grand principe de la liberté de circulation des biens et des services. L'Etat français est obligé de suivre, sous peine d'amende, car en vertu de la pyramide légale, le droit national est une source de droit inférieure à la source européenne (directive, règlement, jurisprudence de la CJUE), or chaque source de droit doit être conforme à la source qui lui est supérieure.

1-3 Droit de rétractation définition

C'est la possibilité pour le client de résoudre (*et non pas de résilier*) le contrat de vente qu'il a conclu, dans un délai limité (prescription extinctive envisagée de 7 jours francs). Actuellement le code de la consommation interdit la résolution du contrat de vente pour les biens « adaptés au consommateur », comme des lunettes ou des lentilles correctrices. La rétractation n'est donc possible que pour des biens vendus en l'état à distance.

1-4 Droit de rétractation en détail

Le projet parle d'un délai de 7 jours francs (7 x 24 h 00 de 00 h00 à 00 h 00) à compter de la réception et autorise le client à demander le remboursement ou l'échange.

1-5 Dépôt nom enseigne en nom de domaine

Oui.

Contraintes juridiques :

- Vérifier la disponibilité du nom
- Enregistrer plutôt le même nom en marque et en nom de domaine
- Exploiter le nom de domaine déposé

1-6 Embauche en CDD

Non, car le législateur a voulu dès l'origine que le CDD corresponde à un besoin temporaire de l'entreprise. Or le poste envisagé est une fonction permanente dans l'entreprise Optical discount. Même en CDD d'usage, il faut que le poste corresponde à une tâche temporaire.

2-1

La réponse est faite par rapport à l'existence du site plutôt que son ouverture

3 Avantages	3 Contraintes
Baisse des coûts Zone de chalandise illimitée Interactivité	SAV et services difficiles Prises de mesure aléatoires Logistique lourde (envois et retours des marchandises)

2-2 Trois propositions pour créer du trafic

Le trafic est une clientèle provoquée. La promotion des ventes y a toute sa place.

- Trafic de curiosité : jeu, concours, nouvelle collection,...
- Trafic avantage : baisse de prix, vente par lots,...
- Trafic induit : augmenter la fréquentation du site à partir des moteurs de recherche : mots-clés contenus dans le site, liens avec des annuaires virtuels

2-3 Moyens de communication commerciale d'Optical discount

Télévision, l'Internet, le hors media (promotion des ventes, publipostage, I.SA....)

2-4 Moyens de fidélisation

Qualité, accueil, conseil ;

Carte de fidélité (carte *Fideli*) qui permet de cumuler des points pour gagner des cadeaux

Remise ;

CRM (*customer relationship management*) : personnalisation du suivi client qui autorise des publipostages sur mesure (et de plus en plus virtuels)

2-5 Trois occasions pour un publipostage

- Rentrée scolaire de septembre
- Echéance de la durée de vie moyenne de l'équipement (3 ans actuellement)
- Opération solaires

2-6 Trois avantages et trois inconvénients du e-mailing

Trois avantages :

- Economie
- Rapidité
- Interactivité

Trois inconvénients :

- Rejet par le destinataire
- Filtre anti spam bloquant automatiquement le courriel
- Clientèle âgée pas forcément « informatisée » (or la presbytie est la première cause de port de correction)

2-7 Opération e-mailing

Coût global de l'opération de e-mailing :

$1\ 140 + (30 \times 10 \text{ €}) = 1\ 440 \text{ €}$

Coût d'achat unitaire = 70 €

$70 \times 150 \text{ (*) acheteurs} = 10\ 500 \text{ €} = \text{coût d'achat total (on suppose que le volume acheté = le volume vendu)}$

Coût final de l'opération = 11 940 €

Rentabilité :

Chiffre d'affaires :

$30\ 000 \times 5 \% = 1\ 500$ visiteurs internautes

(*) $1\ 500 \times 10 \% = 150$ acheteurs internautes

$150 \times 100 \text{ €} = 15\ 000 \text{ €} = \text{chiffre d'affaires prévisionnel}$

Résultat = $15\ 000 - 11\ 940 = 3\ 060 \text{ €}$

Commentaire :

L'opération est rentable.

La marge est bien inférieure à la moyenne de la profession (62 %) mais les coûts sont plus faibles qu'en magasin réel.

3-1 Première annuité d'amortissement linéaire

$145\ 000 \times 25 \% \times 265/360 = 26\ 684,03 \text{ €}$ (26 684 € dans l'annexe 7)

3-2 Impact sur les trois documents de synthèse

Bilan :

L'annuité apparaît dans la seconde colonne en euros de l'actif immobilisé. Année après année, les annuités se cumulent dans cette colonne.

Dans la dernière colonne de l'actif, la valeur nette comptable apparaîtra (pour 2003 : $145\ 000 - 26\ 684,03 = 118\ 315,97 \text{ €}$). Cette VNC sera égale à zéro dans 4 ans.

Compte de résultat :

Chaque année l'amortissement de l'année apparaît en dotations d'amortissement en charges d'exploitation.

Annexe :

Le tableau d'amortissement linéaire du site y figurera.

3-3 Nature de l'incidence fiscale de l'amortissement et montant 2013

L'amortissement est une charge non décaissée dite aussi charge calculée car il n'entraîne pas une sortie d'argent. En même temps, l'amortissement reste une charge déductible qui provoque une économie d'impôt en diminuant le bénéfice imposable.

En 2013, l'annuité sera complète sur une année comptable de 360 jours :

Annuité de 2013 : $145\,000 \times 25\% = 36\,250 \text{ €}$

Donc baisse du bénéfice imposable pour $36\,250 \text{ €}$ soit une économie d'impôt de : $36\,250 \times 33,33\% = 12\,082,125 \text{ €}$

Amortissement cumulé en 2013 = $26\,684,03 + 36\,250 = 62\,934,03 \text{ €}$

3-4 Définition de l'annuité constante et avantage pour l'emprunteur

L'annuité constante d'emprunt est un montant fixe de remboursement annuel contenant de l'amortissement (croissant) et des intérêts (décroissants).

Avantage : plus elle rembourse, plus la charge financière des intérêts diminue puisque les intérêts sont calculés sur le capital restant du. Notons au passage que la baisse des charges financières fait aussi perdre de l'économie d'impôt et que de toutes façons un résultat financier est normalement négatif.

3-5 Coût d'achat prévisionnel en 2013

Pour 2013, la marge brute = $125\,000 \times 63\%$ soit $78\,750 \text{ €}$

Coût d'achat = $125\,000 - 78\,750 = 46\,250 \text{ €}$

3-6 Définition du FNT et justification FNT 2013

Définition du FNT :

La trésorerie est une ressource financière à court terme (moins d'un an) composée d'avoir (*disponibilités ou trésorerie active*) et/ou de découvert (*concours bancaires courants, soldes créditeurs de banque ou trésorerie passive*).

Le flux net de trésorerie est la trésorerie finale résultant de la différence entre les encaissements et les décaissements mais en y ajoutant une charge non décaissée, l'amortissement de l'année, car cet argent reste dans l'entreprise.

Le FNT peut donc être assimilé à la CAF (*calculée ici avec la méthode additive*).

Le FNT peut donc être positif alors que l'entreprise est déficitaire, de même que le FNT peut être négatif alors que l'entreprise dégage du bénéfice.

Justification :

FNT 2013 = résultat net + annuité d'amortissement – amortissement annuel de l'emprunt

Le résultat net est le revenu final d'une société (*ou d'une entreprise en nom propre sous régime EIRL qui a opté pour l'IS*).

Ici on y ajoute l'annuité d'amortissement car elle est une charge non décaissée qui sert à l'autofinancement (*CAF – dividendes*).

Il est légitime de soustraire l'amortissement de l'emprunt bancaire car l'adjectif net dans FNT rappelle que l'on cherche la recette **nette** générée par l'investissement et l'amortissement (remboursement du capital uniquement) n'est pas une charge mais un décaissement bilanciel qui donc impacte la trésorerie.

3-7 Justification du recours à l'actualisation

L'actualisation est un calcul qui sert à donner une valeur présente (ou actuelle) à des sommes futures afin de comparer ces sommes futures à un coût présent.

Justification :

La valeur de l'investissement, 145 000 €, est une valeur actuelle alors que les « recettes »(FNT) de cet investissement s'étalent sur 4 années.

Pour calculer la rentabilité de l'investissement il faut faire la différence entre les recettes futures actualisées et le coût actuel de l'investissement.

Le taux d'actualisation prend en compte l'inflation mais surtout le risque financier lié à cet investissement : en clair si les 145 000 € avait été placés, combien auraient-ils rapporté ?

Réponse : il suffit de prendre comme taux d'actualisation le taux d'intérêt d'un placement financier approprié...

3-8 Calcul de la V.A.N.

$VAN = - \text{coût de l'investissement (h.t.)} + \text{FNT actualisés} + \text{valeur résiduelle actualisée éventuelle}$

$$Van = - 145\,000 + (- 17\,863) + 1882 + 53\,226 + 49\,364 = - 58\,391 \text{ €}$$

3-9 Intérêt de faire un site Web marchand

Du point de vue de la VAN, le projet n'est pas rentable puisque la VAN est négative.

Mais sur un plan comptable, le chiffre d'affaires global d'Optical discount ne se limite pas au e-commerce (*commerce électronique*), et l'entreprise doit donc être rentable.

Sur un plan stratégique, il faut occuper ce terrain de e-commerce qui est en progression depuis de nombreuses années (de 0,2 milliards d'euros en 1999 à plus de 15 milliards aujourd'hui)