

BTS OPTICIEN LUNETIER

Economie et Gestion de l'Entreprise

SESSION 2014

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
Auteur du *Cahier de droit pour l'opticien* Tome1 et 2



Dossier 1

1-1 Partenariat de M. Morvant avec le site de vente en ligne NEO OPTIC

3 avantages pour l'opticien	3 inconvénients pour l'opticien
<ul style="list-style-type: none">• Chiffre d'affaires supplémentaire• Marge brute calculée à partir du prix catalogue• Frais de montage perçus par l'opticien	<ul style="list-style-type: none">• Partage inégal de la marge brute (30 % reversée à M. Morvant)• Volume imposé de remplacement gratuit de verres cassés• Délai maximum d'1 semaine pour chaque montage

1-2 Durée de l'engagement et conséquences de la tacite reconduction

Durée de l'engagement contractuel : 3 ans

La tacite (du latin *tacere* : taire) reconduction est un accord par le silence des parties, résumé par l'adage : « qui ne dit mot, consent ! », qui reconduit le contrat pour sa durée initiale (ici pour 3 ans).

Conséquences :

Les parties sont à nouveau liées pour la durée initiale et pour le contenu du contrat

1-3 Juridiction compétente

C'est le tribunal de commerce, car les 2 parties sont commerçantes.

1-4 Dénigrement, ses conséquences juridiques, et un exemple de dénigrement

Définition du dénigrement : Le dénigrement consiste à discréditer le concurrent et/ou ses produits en répandant des affirmations négatives publiquement. C'est l'un des 4 délits civils qui forment la catégorie de la concurrence déloyale.

Conséquence juridique : cette action entraîne la responsabilité civile de son auteur. La victime devra prouver les 3 éléments classiques de la responsabilité civile (fait générateur, dommage, lien de causalité). Le dénigrement peut aussi entraîner une responsabilité pénale, car les affirmations négatives peuvent diffamer (*porter atteinte à la réputation*) la personne visée, ce qui est un délit pénal.

Un exemple de dénigrement : affirmer au client que si les verres sont à la norme AFNOR, en revanche les montures laissent à désirer ...

1-5 Sigle NF, avantage pour le porteur

NF signifie norme française. C'est une marque qui certifie la qualité et la sécurité d'un bien ou d'un service grâce à des contrôles réguliers de l'organisme certificateur.

Avantage : le client a une certitude sur la qualité et la sécurité, contrairement à la marque CEE qui n'est qu'une affirmation du fabricant relative à son respect des normes européennes sans contrôle extérieur.

1-6 Intérêt pour Optic NEO de vendre des verres à la norme NF EN ISO 14889

C'est une norme internationale qui prime les autres normes.

C'est une manière de briser l'image négative sur la qualité des produits vendus en ligne. Cependant NEO OPTIC ne s'engage pas sur la qualité des montures qu'il fournit.

1-7 Opportunité de souscrire avec OPTIC NEO

C'est une vente complémentaire de la vente sur place, et le E-commerce est en plein essor.

Dossier 2

2-1 Note interne

Emetteur

Date , lieu

Fonction

Destinataire

Fonction

Objet : L'optique durable

Introduction : Les actions de développement durable dans l'optique portent sur deux aspects : l'assortiment et le magasin.

I) Des marchandises durables

Montures en bois recyclées ou non

Monture achetée couplée à un don

Monture en plastique ou métal recyclé

Marchandises produites « localement »

II) Un magasin respectueux de l'environnement

Matériaux écologiques

Récupération de l'eau de la meuleuse et du lave-mains

Ampoules basse consommation

Isolation performante

Conclusion : la démarche durable répond à des problèmes majeurs de notre société (pollution, épuisement des ressources,...), et contribue en même temps à abaisser le coût de revient de l'optique dans un contexte économique morose, sur fond de plafonnement des remboursements des O.C.A.M.

Mais les consommateurs vont-ils adhérer en masse au concept ?

Signature

2-2 Six Actions de développement durable durables pour l'agencement du magasin

- Ecran digital en vitrine qui affiche la politique générale du magasin
- Double segmentation des montures : par sexe et par matière durable
- Sonorisation « naturelle » (ressac, cris d'oiseaux,..)
- Vidéos en boucle dans le magasin avec des mini reportages sur l'origine des montures,...
- Coin enfants avec une rotation de jouets loués ou durables
- Meubles modulables autorisant plusieurs reconfigurations sans travaux

2-3 Plan d'amortissement linéaire de la meuleuse

années	Base amortissement	annuités	vnc
1	40 000	8 000	32 000
2	40 000	8 000	24 000
3	40 000	8 000	16 000
4	40 000	8 000	8 000
5	40 000	8 000	0

2-4 Incidence de l'investissement (agencement et meuleuse) sur le compte de résultat et le bilan

Bilan : l'actif immobilisé brut augmente du montant ht des investissements, la colonne amortissements cumule les dotations pratiquées, l'actif net indique la valeur restant à amortir.

Compte de résultat : en charges d'exploitation, il y a les dotations d'amortissement compensant la dépréciation des investissements pour l'année comptable écoulée.

2-5 Calcul des FNT actualisés pour les années 2015, 2016, 2017

Rubriques	2015	2016	2017
Chiffre d'affaires supplémentaires ht	15 000	25 000	35 000
Charge décaissée	0	0	1 200
Charges calculées	8 580 + 8 000	8 580 + 8 000	8 580 + 8 000
Résultat brut	-1 580	8 420	17 220
IS à 33,33 %	0	2 806,386	5 739,426
Résultat net	-1 580	5 613,614	11 480,574
CAF	15 000 (*)	22 193,614	28 060,574
FNT actualisés	14 285,723 (**)	20 130,26	24 239,78

(*) - 1 580 + (8 580 + 8 000)

(**) 15 000 x (1,05)⁻¹

2-6 VAN de 2015 à 2024

$VAN = (- 85 800 - 40 000) + (14 286 + 20 130 + 24 239 + 25 827 + 27 210 + 62 000) = + 47 892 \text{ €}$

2-7 Conclusion sur la rentabilité du projet

Le projet est financièrement rentable car la van est positive.

Cette rentabilité repose toutefois, prioritairement, sur un chiffre d'affaires prévisionnel, forcément soumis à des aléas...

Dossier 3

3-1 Achat équipement optique chez un opticien agréé par la mutuelle

2 avantages pour le client	2 inconvénients pour le client
<ul style="list-style-type: none">• Remboursement total• Services annexes attractifs	<ul style="list-style-type: none">• Déplacement quelquefois important (zone rurale)• Choix limité

3-2 Adhésion de l'opticien à un réseau fermé

2 avantages pour M. Morvant	2 inconvénients pour M. Morvant
<ul style="list-style-type: none">• Situation oligopolistique• Afflux de clientèle	<ul style="list-style-type: none">• Prix encadrés impactant la marge brute• Radiation possible avec perte de chiffre d'affaires concomitante

3-3 Incidence de l'adhésion à Kalivia sur le chiffre d'affaires de M. Morvant

473 000 : 430 = 1 100 clients actuels

Clientèle « Kalivia » hors adhésion : $1\ 100 \times 5\% = 55$ clients « Kalivia » (en supposant que le panier moyen est de 430 € pour tous les clients, compte tenu de la légalité des remboursements différenciés)

Panier moyen Kalivia après adhésion au réseau : $430 \times 0,7 = 301$ € H.T.

Chiffre d'affaires après adhésion à Kalivia : $[(1\ 100 - 55) \times 430] + (55 \times 301) = 465\ 905$ € H.T. de chiffre d'affaires, à clientèle constante.

(Autre possibilité : si le candidat considère que la réduction du panier moyen s'applique à la totalité des clients de M. Morvant, compte tenu du fait que l'annexe 8 parle de « réduction globale » : $1\ 100 \times 301 = 331\ 100$ € = nouveau chiffre d'affaires après adhésion).

3-4 Nombre de clients supplémentaires adhérents Kalivia pour récupérer la baisse de chiffre d'affaires

Le différentiel de chiffre d'affaires est de : $473\ 000 - 465\ 905 = 7\ 095$ €

$7\ 095 : 301 = 23,57$. Donc 24 clients supplémentaires sont nécessaires.

(Suite de la seconde possibilité, le différentiel de chiffre d'affaires = $473\ 000 - 331\ 100 = 141\ 900$ €, et $141\ 900 / 301 = 472$ clients supplémentaires nécessaires).

3-5 Conclusion sur le projet d'adhésion à Kalivia

Il faut 24 (ou 472) clients en plus, ce qui ferait un total de clients « Kalivia » de 79 (ou 527)

Le nombre moyen d'adhérents à Kalivia par opticien agréé étant de 1 667, l'objectif semble facile à atteindre.

Au final, cette adhésion recèle un potentiel d'augmentation du chiffre d'affaires à terme de $485\ 212$ € : $(1\ 667 - 55) \times 301$ €