

BTS OPTICIEN LUNETIER
Economie et gestion de l'entreprise – U 3
Session 2017

Proposition de corrigé par Zaky MAROC, professeur de gestion, au lycée technique privé d'optométrie de Bures sur Yvette.

Auteur des manuels d'exercices juridiques pour étudiants « Le Cahier de droit pour l'opticien » tome 1 et 2

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.



Dossier 1 : réglementation et recrutement

1.1 Objectif de la réforme de la sécurité sociale et principales mesures affectant l'activité de l'opticien

- L'**objectif** est de stopper la course à la hausse des prix des marchandises d'optique, qui était soutenue par des prises en charge croissantes de la part des OCAM. Cette prise en charge croissante masquait l'augmentation fatale des primes d'assurance... Une étude Gfk de 2011 a affirmé que la France est le pays le plus cher d'Europe, aussi bien pour les verres que pour la monture, avec un panier moyen de 470 € pour un équipement.

- **Principales mesures affectant l'activité de l'opticien :**

Le plafonnement des prises en charge peut entraîner une érosion des marges brutes ;

La prise en charge bisannuelle (sauf pour les mineurs et en cas d'évolution de la vision) peut impacter négativement le chiffre d'affaires du magasin.

1.2 Influence sur le panier moyen et le chiffre d'affaires

- Le panier moyen étant limité par un plafond, il ne peut donc pas connaître une inflation ; pour le président du directoire d'A. Afflelou, la généralisation des complémentaires santé a aussi entraîné une hausse du panier moyen pour des consommateurs modestes qui ont pu investir davantage avec le prix plancher légal de prise en charge.

- Le chiffre d'affaires est susceptible d'augmenter puisque la réforme, en vigueur depuis le 01/01/2016, vise à donner à 100 % des salariés une couverture complémentaire santé

1.3 Ralentissement du chiffre d'affaires

Facteurs de ralentissement :

La prise en charge bisannuelle pour des assurés qui renouvelaient tous les ans leur équipement ;

La nature hyperconcurrentielle du marché de l'optique français.

Facteurs d'accélération : vieillissement de la population (c'est le segment des verres correcteurs qui porte le marché) ; myopisation.

1.4 Type de contrat de travail

Compte tenu du fait qu'il s'agit d'un poste pérenne (opticien assistant dédié à l'atelier), c'est le CDI qui, légalement, s'impose. Comme c'est un CDI à temps plein, il pourra être verbal.

1.5 Salaire minimum du nouvel assistant

Son salaire minimum brut sera de 1 660 €, car il correspond à la définition du poste proposé : « *opticien assistant débutant dédié à l'atelier* », pointée dans la liste des définitions des postes de la convention collective de l'optique lunetterie de détail. Cette définition est attachée à un coefficient (180 du *paragraphe e de la Section A*), lui-même relié à un salaire brut minimum conventionnel.

Les statuts d'agent de maîtrise et de cadre nécessitent des conditions, que le nouveau salarié ne remplit pas.

1.6 Salaire net du salarié et coût pour l'employeur

Salaire net = $1\ 660 \times 0,8 = 1\ 328$ € nets

Coût employeur = $1\ 660 \times 1,5 = 2\ 490$ € bruts

1.7 Conditions de validité de la clause de non concurrence

Etre écrite

Etre nécessaire à la protection de l'entreprise

Etre adaptée aux spécificités de l'emploi

Ne pas empêcher le salarié de retrouver du travail (d'où la limitation dans le temps et dans l'espace)

Contenir (*depuis 2002*) une compensation financière substantielle

1.8 Enjeux de la clause de non concurrence

Elle vise à empêcher, postérieurement à la résiliation du contrat de travail, une captation du chiffre d'affaires, au profit d'un concurrent, ou de l'ancien salarié, s'il s'est mis à son compte ;

Elle protège les atouts concurrentiels (méthodes commerciales,...) de l'entreprise.

Dossier 2 : analyse financière

2.1 Présentation des calculs en amont des indicateurs

- ressources stables = capitaux propres + totalité des amortissements et provisions + dette bancaire à long terme = 280 000 + (100 000 – 10 000) + 19 000 = 389 000 €

- actif circulant = stock + créances = 90 000 + 115 000 = 205 000 €

- passif circulant = dette fournisseur + autres dettes = 50 000 + 30 000 = 80 000 €

2.2 Calculs détaillés des 3 indicateurs et vérification de la relation Frng /Bfrng

indicateurs	Calculs	Montants en euros
FRNG	389 000 - 219 000 ou (205 000 + 55 000) – (80 000 + 10 000)	170 000
BFRNG	205 000 – 80 000	125 000
TN	55 000 – 10 000	45 000
Relation entre FRNG et BFRNG	170 000 - 125 000	45 000

2.3 Durées de rotation

ratios	calculs	Durées en jours
Clients	$[115\ 000 / (750\ 000 \times 1,2)] \times 360$	46

Fournisseurs	$[50\ 000 / (220\ 000 \times 1,2)] \times 360$	68
stock	$(80\ 000 + 90\ 000) / 2 \times 360$ <hr/> $220\ 000 - 10\ 000$	146

2.4 Commentaire de la situation financière

Sur le plan de la solvabilité :

L'équilibre financier est assuré car la trésorerie nette est positive : le FRNG est positif et couvre le BFRNG.

Le rapport client /fournisseurs est favorable à la trésorerie.

Les clients payent beaucoup trop tard par rapport à la moyenne de la région PACA.

Mais le stock s'écoule plus vite que dans la moyenne régionale, ce qui compense un peu la trop longue durée du crédit client.

Le crédit fournisseur est sensiblement dans la moyenne régionale, mais les 2 durées sont illégales, puisque la durée maximale légale est de 60 jours, à compter du jour d'émission de la facture (article L 441-6 du Code de commerce). La loi Hamon de 2014, a d'ailleurs aggravé le montant de l'amende.

Sur le plan de la rentabilité :

L'entreprise est bénéficiaire, avec un taux de rentabilité de 10,67 %. Cette société n'étant pas assujettie à l'IS, on peut comparer ce taux avec le taux moyen global de rentabilité des entreprises individuelles d'optique de détail, 17,3%.

Malgré cet écart, l'important est que l'exploitation soit rentable, le résultat financier négatif étant un fait habituel.

2.5 Détail du calcul de la variation du stock de marchandise et signification du résultat

- **calcul** : $\text{Stock initial} - \text{stock final} = 80\,000 - 90\,000 = -10\,000 \text{ €}$

- **signification** : La variation de stock est la variation absolue entre le stock de début d'exercice et celui de fin d'exercice. Ici, le compte variation de stock de marchandises est en solde créditeur, ce qui correspond à un stockage. Les marchandises stockées perdent leur nature de charge de l'exercice comptable pour devenir actif circulant. La variation permet donc de corriger le coût d'achat de marchandises, en comptabilisant en charges d'exploitation, sur l'année comptable, que les marchandises revendues.

2.6 Impact de la variation du stock sur la marge commerciale

Marge commerciale (ou marge brute) = ventes de marchandises – coût d'achat des marchandises vendues. Et coût d'achat des marchandises vendues = coût d'achat des marchandises + ou - variation du stock de marchandises

En conséquence, ici, la variation négative du stock diminue la charge d'achat, ce qui améliore le montant de la marge brute.

Dossier 3 : développement commercial

3.1 Trois opportunités de vendre des EPI

- Augmenter le chiffre d'affaires (qui est inférieur à la moyenne nationale pour un opticien indépendant) et/ou la marge ;

- Se différencier de la concurrence ;
- Provoquer d'autres achats d'équipements pour les salariés concernés ;
- Fidéliser sur ce segment particulier, en étant pionnier sur la zone de chalandise.

3.2 Coût de revient du masque de sécurité

Coût par masque	calculs	Montants HT en euros
prix d'achat	XXXXXXXXXXXXX	49
Frais de livraison	10/ 5	2
Frais de prospection	(162/1,2) X 2,5 %	3,375
Coût de revient	49 + 2 + 3,375	54,375

3.3 Marge brute, taux de marque, coefficient TTC

Hors coût d'achat

Marge brute = $135 - 49 = 86 \text{ €}$

Taux de marque = $(86 / 135) \times 100 = 63,7 \%$

Coefficient TTC = $162 / 49 = 3,306$

Avec coût d'achat

$135 - 51 = 84 \text{ €}$

$84/135 \times 100 = 62,22 \%$

$162/51 = 3,18$

3.4 Stratégie de communication commerciale de M. Leval

D'abord choisir sa catégorie de communication : il a le choix entre : publicité ou communication hors media.

Le hors media présente des avantages écrasants sur la publicité : économique, retombées commerciales rapides et mesurables à l'avance... Aussi, n'est-il pas étonnant qu'il représente plus de 60 %, de la communication commerciale totale des entreprises françaises...

En choisissant le hors media, M. Leval aura une communication discrète et très ciblée.

Puis M. Leval devra respecter des étapes :

- 1) Définition des objectifs de communication : cognitif (faire savoir le positionnement de M. Leval) et conatif (vendre l'EPI)
- 2) Ciblage : employeurs et salariés de la zone industrielle
- 3) Choisir un positionnement : spécialiste ?
- 4) Formulation du message (copy stratégie : axe, ton, thème,...)
- 5) Budgéter
- 6) Choix du ou des support(s) hors média : ISA, PLV, publipostage, page web,...
- 7) Calendrier des opérations

3.5 Deux actions de communication

-Distribution de prospectus à la sortie des usines (action numéro 1)

Justification : informer les salariés, futurs utilisateurs potentiels

- organiser un exposé, avec échantillons, au sein de chaque entreprise en coordination avec l'employeur.

Justification : l'employeur, tenu d'une obligation de sécurité de résultat, est le payeur des EPI, fournis gratuitement à ses salariés...

3.6 Trois arguments de vente

Matrice SONCAS partielle

Mobiles	caractéristiques	avantages	preuves
sécurité	polycarbonate	Quasi indestructible ; Yeux bien protégés	Démonstration
Confort	EPI adaptable à la vue	Inutile de superposer 2 équipements ; EPI non partagé	Démonstration
argent	162 € ttc	Tarif avantageux car le prix maximum du marché à 250 € et le prix doit refléter la qualité	Comparatif