

BTS OPTICIEN LUNETIER

ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE - U3

SESSION 2021

Durée : 3 heures
Coefficient : 5

Matériel autorisé :

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collègue » est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 10 pages, numérotées de 1/10 à 10/10.

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2021
U3 - ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE	Code : OLECO	Page 1/10

SOMMAIRE

Annexe 1 - Quelques données chiffrées sur le marché de l'optique	5
Annexe 2 - Chiffres d'affaires de VL OOPTIC entre 2016 et 2020.....	5
Annexe 3 - Implantation du point de vente	6
Annexe 4 - Données chiffrées de la population française.....	6
Annexe 5 - Les tendances du marché de l'optique.....	7
Annexe 6 - « Optique à domicile, une alternative ? »	8
Annexe 7 - La proposition de loi sur l'amélioration de la santé visuelle des personnes âgées en perte d'autonomie	8
Annexe 8 - Loi du 5 février 2019 visant à améliorer la santé visuelle des personnes âgées en perte d'autonomie	8
Annexe 9 - Informations relatives aux investissements	9
Annexe 10 - Les flux nets de trésorerie.....	9
Annexe 11 - Offre d'emploi	10

BARÈME INDICATIF SUR 100 POINTS

DOSSIER 1 – Performance et stratégie commerciales de VL OOptic	32 points
DOSSIER 2 – Investissements et rentabilité de VL OOptic	33 points
DOSSIER 3 – Recrutement chez VL OOptic	30 points
Forme (présentation, orthographe).	5 points

VL OOptic

VL OOptic est un établissement d'optique situé à Grenoble, ville de la région Auvergne-Rhône-Alpes qui compte environ 160 000 habitants.

Messieurs Varnier et Lambert, associés égaux et co-gérants ont créé ce magasin il y a 10 ans sous la forme juridique d'une SARL. Diplômés tous deux en optométrie, ils sont présents à tour de rôle dans le point de vente et emploient, en contrat à durée indéterminée, un salarié à temps complet titulaire d'un bac professionnel « OPTIQUE-LUNETTERIE ».

Implantés au nord-est de la commune de Grenoble, dans un quartier résidentiel et dynamique économiquement nommé « la petite île », ils ont opté pour un positionnement commercial moyen et haut de gamme.

Leur assortiment se compose aujourd'hui d'une vingtaine de montures enfants, de 300 montures femmes et de 200 montures hommes. Ils proposent également une centaine de montures solaires hommes, femmes et enfants.

Fin 2018, ils ont élargi leur offre en proposant plusieurs marques de créateurs dont le succès est croissant auprès d'une partie de la clientèle. En effet, le chiffre d'affaires de ces marques a progressé de façon continue depuis leur référencement et représente actuellement environ 25 % du chiffre d'affaires global du magasin.

Pour poursuivre dans cette dynamique, ils envisagent plusieurs pistes de développement.

DOSSIER 1 – Performance et stratégie commerciales de VL OOptic (Annexes 1 à 8) 32 points

Messieurs Varnier et Lambert souhaitent se pencher sur l'élargissement de leur assortiment de montures créateurs. À cette fin, ils vous demandent de réaliser une analyse de la performance commerciale de l'entreprise afin de mesurer l'impact de l'offre lancée fin 2018 et de réfléchir à la pertinence de poursuivre le développement de cette gamme.

- | |
|--|
| <p>1.1. Commenter l'évolution de la performance commerciale de l'entreprise par rapport à celle du marché de l'optique entre 2016 et 2019. Justifier vos commentaires.</p> <p>1.2. Calculer le chiffre d'affaires HT prévisionnel de VL OOptic pour l'année 2021 en utilisant la méthode des moindres carrés.</p> |
|--|

Malgré le résultat obtenu, messieurs Varnier et Lambert sont convaincus de l'opportunité de poursuivre le développement de cette gamme.

- | |
|---|
| 1.3. Justifier cette décision des co-gérants d'élargir encore l'offre de marques de créateurs. |
|---|

Toujours animés par une volonté de dynamiser leur activité, messieurs Varnier et Lambert souhaitent prolonger leur réflexion. Ils sont à la recherche de nouveaux axes de développement qui prennent mieux en compte les réalités de leur territoire et les évolutions de l'environnement.

- | |
|---|
| <p>1.4. Présenter les caractéristiques de la population de la zone primaire de chalandise de VL OOptic.</p> <p>1.5. Identifier les points forts sur lesquels VL OOptic peut s'appuyer pour dynamiser son activité.</p> <p>1.6. Proposer 3 axes de développement stratégique envisageables. Justifier vos choix.</p> |
|---|

DOSSIER 2 – Investissements et rentabilité de VL OOptic (Annexes 9 et 10)
33 points

Les co-gérants ont récemment appris que le local voisin allait se libérer et s'interrogent sur l'opportunité de le racheter. Les études précédentes amènent en effet les associés à envisager un agrandissement du magasin actuel. À cette occasion, des investissements seront réalisés : le local est évalué à 40 000 € et l'agencement s'établirait à 16 000 € HT. Du mobilier serait acquis pour une valeur de 4 000 € HT.

Les investissements seraient financés grâce à un emprunt à hauteur de 53 000 €.

- 2.1. **Présenter** les calculs qui ont permis d'obtenir les montants des charges d'intérêt de l'emprunt en 2022 et 2023.
- 2.2. **Calculer** le coût total de l'emprunt.
- 2.3. **Justifier** les montants de l'impôt sur les sociétés pour 2022 et 2023.
- 2.4. **Dresser** le plan d'amortissement du canapé et fauteuils style « club ». Les calculs doivent être arrondis à l'euro le plus proche.

Avant de valider ce projet, messieurs Varnier et Lambert souhaitent une étude sur la rentabilité de ces investissements. Des calculs ont d'ores et déjà été établis et sont présentés en annexe.

- 2.5. **Expliquer** pourquoi les dotations aux amortissements sont réintégrées au résultat après impôt.
- 2.6. **Calculer** les flux nets de trésorerie actualisés avec un taux d'actualisation de 5 %.
- 2.7. **Expliquer** pourquoi il est nécessaire d'actualiser les flux nets de trésorerie.
- 2.8. **Calculer** la valeur actuelle nette et **conclure** sur la rentabilité de l'investissement projeté.

DOSSIER 3 – Recrutement chez VL OOptic (Annexe 11)
30 points

Messieurs Varnier et Lambert réfléchissent à l'embauche durable d'un opticien détenteur du BTS afin qu'ils puissent se consacrer à d'autres tâches. Monsieur Varnier insiste sur la nécessité d'inclure une clause de non concurrence au contrat de travail établi à cette occasion. Monsieur Lambert a rédigé l'annonce relative à l'offre d'emploi et assurera lui-même les entretiens d'embauche.

- 3.1. **Apprécier** la légalité de l'annonce rédigée par M. Lambert. **Justifier** votre réponse.
- 3.2. **Indiquer** le type de contrat que l'entreprise doit proposer à son futur salarié. **Justifier** votre réponse.
- 3.3. **Présenter** les raisons qui motivent Monsieur Varnier à insérer une clause de non concurrence dans le contrat de travail du nouveau salarié.
- 3.4. **Conseiller** monsieur Varnier sur le contenu de cette clause de non concurrence pour qu'elle soit juridiquement valable.

Les deux gérants ont déjà pris contact avec une personne actuellement employée en contrat à durée indéterminée par un concurrent indirect. Cette personne est prête à rejoindre au plus tôt l'équipe de VL OOptic.

- 3.5. **Exposer** les possibilités offertes à ce salarié pour quitter son poste actuel au plus tôt, ainsi que leurs modalités de mise en œuvre.

Annexe 1 – Quelques données chiffrées sur le marché de l'optique

Évolution du chiffre d'affaires du marché de l'optique entre 2016 et 2019

Chiffres d'affaires cumulés des équipements remboursés et des produits non remboursés

Années	2016	2017	2018	2019
CA HT en milliards d'euros	5,572	5,597	5,545	5,656
CA TTC en milliards d'euros	6,686	6,716	6,654	6,787
Taux de croissance		+0,45 %	-0,92 %	+ 2 %
		+1,51 % (global)		

Tendances de la distribution en optique en 2019

Le parc de magasins enregistre un solde positif. Il totalise 12 849 points de vente sur le territoire français, soit 84 de plus qu'en 2018.

La croissance du chiffre d'affaires en 2019 a profité aux franchises et succursales (+ 4,71 %), aux magasins coopératifs (+ 3,88 %), ainsi qu'aux indépendants et micro chaines (+ 3,93 %) telles que Direct Optic, Les opticiens conseils, Optic Duroc et Optique Lafayette.

Circuit de distribution	succursales et franchises	opticiens mutualistes	magasins coopératifs	indépendants et micro chaines
CA TTC moyen par an et par magasin en euros	933 000	666 000	723 000	291 000

Source : les auteurs d'après « Bien vu »

Annexe 2 – Chiffres d'affaires de VL OPTIC entre 2016 et 2020

Années	2016	2017	2018	2019	2020
CA HT en €	337 080	338 050	333 120	347 500	365 000
CA TTC en €	404 496	405 660	399 744	417 000	438 000

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 3 – Implantation du point de vente

VL OOPTIC est implanté au nord-est de la commune de Grenoble, dans un quartier calme et résidentiel nommé « La petite île ». Ce quartier correspond à la zone primaire de chalandise du point de vente et compte 20 680 habitants.

Idéalement situé à proximité de l'hyper-centre grenoblois (5 minutes à pied), du campus et du Centre Hospitalier Universitaire, le quartier est très fréquenté par les habitants mais aussi par une population de passage. Il bénéficie également d'une bonne accessibilité en transport en commun (bus, tram), de pistes cyclables sécurisées et de parkings payants.

Le magasin jouit d'une bonne visibilité puisqu'il est situé sur une des artères du réseau routier de la ville, sur laquelle se trouve un nombre important de petits commerces de proximité, des cabinets médicaux (généralistes et spécialistes dont des ophtalmologues) et paramédicaux (kinésithérapeute, ostéopathe, podologue, orthoptiste). On trouve également plusieurs crèches, écoles primaires, deux EHPAD¹ ainsi que des équipements publics (gymnase, terrains de foot, maison des jeunes et de la culture, etc.). Le local, de petite taille (environ 60 m²), ne possède qu'une table de vente ce qui génère des files d'attente importantes et ne dispose que de deux petites vitrines de 1,20 mètres de longueur.

VL OOPTIC compte deux autres concurrents dans sa zone primaire de chalandise, situés à moins de 500 mètres. Le premier est un indépendant qui se positionne sur du milieu de gamme et qui s'est spécialisé sur l'offre de montures solaires et sportives. Le second est un magasin coopératif qui exerce sous l'enseigne « Lynx Optique ».

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

¹ EHPAD : établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes.

Annexe 4 – Données chiffrées de la population française

Comparatif entre les caractéristiques de la population de « La Petite île » et la population française.

Professions catégories socio professionnelles 2019	France %	Zone primaire « La petite île » %
Agriculteurs exploitants	1,5	0,2
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	6,5	20,5
Cadres et professions intellectuelles supérieures	18,5	31
Professions intermédiaires	25,7	20
Employés	27,4	16,3
Ouvriers	20,4	12

Estimations 2019	France %	Zone primaire « La petite île » %
Ensemble	100,0	100
0 à 14 ans	17,8	19,2
15 à 29 ans	17,5	18,1
30 à 44 ans	18,5	19
45 à 59 ans	20	20
60 à 74 ans	16,9	13,4
75 ans ou plus	9,3	10,3

Les retraités représentent en France en 2019 environ 22 %, ce qui correspond à la moyenne de la « petite île ».

Source : INSEE

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2021
U3 - ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE	Code : OLECO	Page 6/10

Le marché enfant

Environ un quart des moins de 18 ans est myope. Un chiffre qui augmentera dans les prochaines années, selon toutes les études, compte-tenu de l'épidémie de myopie qui sévit à l'échelle mondiale [...]. Et pourtant, une minorité d'opticiens s'intéresse vraiment au segment enfant. En effet, 61 % des opticiens se trouvent dans une zone de chalandise où il y a peu de prescripteurs et peu de personnes âgées de moins de 16 ans.

« Made in France » (résultats d'un sondage IFOP¹ réalisé en 2018 sur un échantillon de 1000 personnes environ).

Au moment de décider de l'achat d'un produit, 59 % de consommateurs font de l'origine du produit un critère important. Pour 93 % d'entre eux, acheter « français » constitue un acte citoyen. Ils y voient un gage de qualité et la possibilité de préserver des savoir-faire sur le territoire.

74 % des personnes interrogées sont prêtes à payer plus cher un produit fabriqué en France. Cette offre « *Made in France* » peut constituer un élément majeur de différenciation et de montée en gamme. Cela passe avant tout par un choix de collections que les clients ne peuvent pas trouver ailleurs et une mise en avant de marques à forte identité.

La vente de solaires

Le marché des solaires représente à peu près 15 millions de paires par an pour un chiffre d'affaires évalué à 980 millions d'euros. Le circuit de distribution est très éclaté puisqu'on ne dénombre pas moins de 20 circuits d'achat : opticiens, magasins de sport, Internet, magasins de mode, hypermarchés... 39 % des Français ont acheté leur dernière solaire chez un opticien. En 2018, il y a eu un recul important des ventes solaires non correctrices chez les opticiens. Il semblerait que de nombreux clients, par opportunité plutôt que par choix, achètent leur solaire non correctrice ailleurs que chez l'opticien. On constate que 52 % des porteurs de solaire ont acquis une monture à moins de 50 euros, majoritairement auprès de distributeurs autres que les opticiens.

Source : Bien vu, mars, avril, mai, juin 2019.

¹ IFOP : Institut français d'opinion publique.

Annexe 6 – « Optique à domicile, une alternative ? »

Répondre à de nouveaux besoins

Le vieillissement de la population et la prise en charge de la dépendance ouvrent de nouvelles voies pour l'exercice du métier d'opticien. Le service à domicile répond à la demande croissante d'une population qui ne peut se déplacer (personnes à mobilité réduite, seniors en EHPAD, etc.). Le potentiel est là, puisque d'ici 2040, le nombre de personnes âgées de 60 ans et plus va progresser de 67 % atteignant ainsi 22,6 millions.

Source : « Bien vu », Hors-série, 2017

Annexe 7 – La proposition de loi sur l'amélioration de la santé visuelle des personnes âgées en perte d'autonomie

Après un vote à l'Assemblée nationale et un examen en commission des affaires sociales du Sénat, la proposition de loi (PPL) visant à améliorer la santé visuelle des personnes âgées en perte d'autonomie a été votée.

Le texte prévoit que les directeurs des agences régionales de santé (ARS) peuvent autoriser, à titre expérimental et pour une durée de 3 ans, les opticiens à réaliser des examens de réfraction au sein des EHPAD dans le cadre d'un renouvellement d'équipement. Au préalable, ils devront informer la personne que la réfraction pratiquée est dépourvue de nature médicale.

C'est une première étape qui corrige les « défauts » du décret de 2016 (limitant l'examen de réfraction à l'enceinte du magasin) et répond à un besoin impératif [...].

En effet, seul un tiers des EHPAD réalise un suivi systématique de la santé visuelle des patients, faute de personnel formé et disponible et près de 40 % des plus de 78 ans sont non ou mal corrigés.

Source : Acuité.fr, 24 janvier 2019

Annexe 8 – Loi du 5 février 2019 visant à améliorer la santé visuelle des personnes âgées en perte d'autonomie

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Le directeur général de l'agence régionale de santé peut autoriser, au sein des établissements mentionnés au I de l'article L. 313-12 du code de l'action sociale et des familles, à titre expérimental, à compter de la date fixée par arrêté du ministre chargé de la santé et jusqu'au 31 décembre de la troisième année suivant cette même date, les opticiens-lunetiers à réaliser une réfraction et à adapter, dans le cadre d'un renouvellement de délivrance :

1° Les prescriptions médicales initiales de verres correcteurs en cours de validité, sauf opposition du médecin ;

2° Les corrections optiques des prescriptions médicales initiales de lentilles de contact oculaire, sauf opposition du médecin [...].

Source : Légifrance

Annexe 9 – Informations relatives aux investissements

	Local	Agencements (linéaires...)	Canapé et fauteuils style « club »
Coût d'achat HT	40 000 €	16 000 €	4 000 €
Mode d'amortissement	linéaire	linéaire	linéaire
Durée de l'amortissement	5 ans	5 ans	5 ans
Valeur résiduelle	-		300 €
Date d'acquisition	7 novembre 2021	1 ^{er} décembre 2021	15 janvier 2022
Date de mise en service	1 ^{er} janvier 2022	1 ^{er} janvier 2022	16 janvier 2022

Informations relatives au financement des investissements :

Souscription d'un emprunt de 53 000 € le 01/01/2021 au taux d'intérêt annuel de 3 %

Remboursement par annuités constantes

Durée de l'emprunt : 5 ans

Paielement de la première échéance : 01/01/2022

Frais de dossier : 110 €

Calcul de l'annuité constante : $C0 \times i / [1 - (1+i)^{-n}]$

Annexe 10 – Les flux nets de trésorerie (valeurs arrondies à l'euro le plus proche)

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Encaissement emprunt	53 000					
Décaissement investissement	- 60 000					
Chiffre d'affaires		20 000	30 000	35 000	35 000	32 000
Charges variables		- 2 000	- 3 000	- 3 500	- 3 500	- 3 200
Charges externes		- 3 000	- 3 500	- 4 000	- 4 200	- 4 500
Impôts et taxes		- 2 500	- 2 500	- 2 500	- 1 000	- 1 000
Dotations aux amortissements		- 12 059	- 12 090	- 12 090	- 12 090	- 11 340
Intérêts sur emprunts		- 1 590	- 1 291	- 982	- 664	- 337
Résultat avant impôt		- 1 149	7 619	11 928	13 546	11 623
Impôt sur les sociétés		0	1 143	1 789	2 032	1 743
Résultat net comptable		- 1 149	6 476	10 139	11 514	9 880
Dotations aux amortissements		12 059	12 090	12 090	12 090	11 340
Remboursement De l'emprunt		- 9 983	- 10 282	- 10 591	- 10 909	- 11 235
Flux nets de trésorerie	- 7 000	927	8 284	11 638	12 695	9 985

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 11 – Offre d'emploi

VL OOPTIC recherche pour son magasin à compter du 1^{er} juin 2021 :

Une opticienne diplômée du BTS opticien lunetier, passionnée par le métier !

Vous aimez travailler dans un contexte qui vous permet de réellement pratiquer votre métier au sein d'une équipe engagée dans la qualité au quotidien.

Vous êtes dynamique, jeune (plus de 35 ans s'abstenir) et mince.

Votre mission sera de :

- contribuer à la fidélisation de notre clientèle en fournissant des conseils et une expérience d'opticien unique en boutique ;
- participer au développement du chiffre d'affaires et à la réalisation des objectifs mensuels ;
- assurer toute la partie technique liée à l'optique ;
- garantir la bonne tenue de la boutique et la mise en avant du *visual merchandising* des produits, vecteurs de l'image et du concept du magasin.

Idéalement, vous bénéficiez d'une première expérience réussie sur un poste similaire.

Merci de nous contacter par mail et de joindre une photo à votre courrier.

Courriel : varnierlambert@vlooptic.com

Source : les auteurs pour les besoins du sujet