Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

BTS Opticien lunetier - Économie et gestion de l’entreprise

Session 2005 • Code sujet : **OLECO** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **5**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Prévision du chiffre d’affaires et développement du rayon contactologie** (3 questions) — **Page 3**
2. **Protection de la marque, contrat de travail et acquisition d’un commerce** (5 questions) — **Page 5**
3. **Marge brute, soldes intermédiaires de gestion et bénéfice** (6 questions) — **Page 8**
4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 13**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsol.fr/assets/annales/bts-ol/E3 - Economie et gestion de l’entreprise/2005/BTS OL - E3 - Economie et gestion de l’entreprise - Session 2005 - 1-Sujet.pdf

1. Prévision du chiffre d'affaires et développement du rayon contactologie

Madame Boneuil souhaite développer l'activité contactologie de son magasin dijonnais, notamment en projetant son chiffre d'affaires à partir des années précédentes. Les annexes fournissent des données sur son magasin et sur le marché des lentilles de contact.

Question I.1. Indiquez les différentes méthodes d'extrapolation du chiffre d'affaires, puis appliquez la méthode des points extrêmes pour prévoir le chiffre d'affaires de contactologie en 2005 et 2006, en faisant apparaître le détail des calculs. Présentez les intérêts et les inconvénients de cette méthode.

Les méthodes possibles sont les points extrêmes, les moyennes mobiles, l'ajustement par les moindres carrés et la prolongation d'un taux moyen d'évolution. Avec les points extrêmes 1999 et 2003, l'accroissement annuel moyen est $(40\,000 - 24\,000)/(2003 - 1999) = 4\,000$ €. On prolonge ensuite cette tendance à partir du chiffre d'affaires 2003. La méthode est simple, rapide et facile à expliquer. En revanche, elle ne s'appuie que sur deux années : les variations intermédiaires et un changement de contexte ne sont pas pris en compte, ce qui peut rendre la prévision peu fiable.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Chiffre d'affaires prévisionnel : 2005, 48 000 € ; 2006, 52 000 €.

Question I.2. En 10 à 15 lignes maximum, définissez la marque propre et présentez à Madame Boneuil au moins trois arguments en faveur de la mise en vente, dans son magasin, de la nouvelle marque de lentilles de la centrale Bienvoir.

Une marque propre est une marque créée ou détenue par un distributeur ou sa centrale d'achat, qui la commercialise sous son nom ; la fabrication peut être confiée à un fournisseur. La marque de Bienvoir pourrait améliorer la marge grâce aux conditions d'achat négociées par la centrale. Son exclusivité différencierait le magasin des concurrents et limiterait la comparaison directe avec les marques nationales. Elle compléterait le choix proposé aux clients, notamment avec un positionnement tarifaire défini par la centrale. Enfin, la notoriété et le soutien commercial du réseau peuvent faciliter son lancement et favoriser la fidélisation.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> La marque propre peut améliorer la marge, différencier l'offre et renforcer la fidélisation de la clientèle.

Question I.3. Rédigez une note structurée de 15 lignes maximum présentant une politique de produit que Madame Boneuil pourrait mettre en place pour étendre son rayon contactologie. Appuyez-vous notamment sur l'annexe 2 et ses données relatives aux types de lentilles et à l'évolution du marché.

Note à Madame Boneuil : politique de produit du rayon contactologie

Type de lentilles	Part du CA en 2003	Évolution 2003/2002	Orientation
Mensuelles, à renouvellement fréquent	56,3 %	+14,2 %	Renforcer l'offre
Jetables journalières	13,2 %	+16,3 %	Développer
Jetables hebdomadaires	11,2 %	+8 %	Compléter l'assortiment
Rigides traditionnelles	7,3 %	-3,4 %	Maintenir un choix ciblé
Souples traditionnelles	12 %	-8,6 %	Maintenir un choix ciblé

Le marché français atteint 236,5 millions d'euros, produits d'entretien inclus, et la contactologie complète l'équipement en lunettes. Prioriser les lentilles à renouvellement fréquent et journalières, tout en conservant une gamme adaptée aux besoins spécifiques : astigmatisme, presbytie et lentilles colorées. Proposer aussi l'entretien et un conseil avec suivi personnalisé pour développer l'essai, la fidélité et la multipossession.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Priorité aux lentilles à renouvellement fréquent et journalières, avec une gamme adaptée, les produits d'entretien et un suivi personnalisé.

2. Protection de la marque, contrat de travail et acquisition d'un commerce

La centrale Bienvoir prévoit de commercialiser une marque propre de lentilles, et Madame Boneuil s'interroge sur la protection de cette marque. Son projet de développer la contactologie l'amène également à examiner une éventuelle rupture de contrat de travail et l'achat d'un commerce voisin.

Question II.1. Expliquez comment protéger une marque et indiquez les actions que la centrale Bienvoir peut mettre en œuvre pour se protéger en cas de contrefaçon.

La centrale doit d'abord vérifier que le nom est disponible, distinctif et licite, notamment par une recherche d'antériorité. Elle dépose ensuite la marque à l'INPI pour les produits concernés. L'enregistrement lui donne un droit exclusif en France pendant dix ans, renouvelable. En cas de contrefaçon, elle peut agir pour faire cesser l'atteinte et obtenir réparation.

- Faire constater les faits et conserver les preuves, notamment par une saisie-contrefaçon autorisée par le juge.
- Saisir le tribunal pour demander l'interdiction de l'usage, des dommages-intérêts et, si nécessaire, la destruction des produits.
- Déposer plainte au pénal et demander aux douanes de retenir les marchandises suspectes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Recherche d'antériorité, dépôt de la marque à l'INPI, puis actions judiciaires et douanières en cas de contrefaçon.

1°

Question II.2. Madame Boneuil envisage d'affecter un opticien diplômé à un espace contactologie plus étoffé et de se séparer de son monteur vendeur. Peut-elle rompre le contrat de travail de ce salarié ? Quelle autre solution est envisageable ?

Madame Boneuil ne peut pas licencier le monteur-vendeur au seul motif qu'elle préfère affecter un diplômé au nouvel espace. Le remplacement souhaité ne constitue pas, en lui-même, une cause réelle et sérieuse de licenciement. Le changement des fonctions essentielles du salarié requiert son accord si cela modifie son contrat.

1. Étudier l'adaptation du salarié par la formation et lui proposer des tâches compatibles avec ses compétences.
2. Réorganiser l'équipe pour recruter ou affecter l'opticien diplômé sans évincer le salarié.
3. Envisager un licenciement seulement si un motif légal distinct le justifie, en recherchant d'abord un reclassement lorsque le motif est économique.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Elle ne peut pas le licencier pour le remplacer simplement par un diplômé. Elle peut le former, le réaffecter ou réorganiser l'équipe.

2°

Question II.2. Détaillez les conditions à respecter si Madame Boneuil souhaite licencier son salarié.

Tout licenciement doit reposer sur une cause réelle et sérieuse. La procédure dépend du motif ; un licenciement économique exige en plus un motif économique établi, des efforts d'adaptation et une recherche préalable de reclassement.

1. Convoquer le salarié à un entretien préalable, en précisant l'objet, la date, l'heure, le lieu et son droit à être assisté. Respecter au moins cinq jours ouvrables entre la présentation de la convocation et l'entretien.
2. Exposer les motifs envisagés et recueillir ses explications.
3. Notifier le licenciement par lettre motivée. Pour un licenciement personnel, attendre au moins deux jours ouvrables après l'entretien ; en matière économique, respecter le délai légal propre à ce motif.
4. Respecter le préavis, les indemnités dues et, en cas de licenciement économique, la priorité de réembauche.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Cause réelle et sérieuse, convocation et entretien préalables, notification motivée, puis respect du préavis et des droits du salarié.

1°

Question II.3. Madame Boneuil envisage d'acheter un magasin de maroquinerie situé à 100 mètres de son commerce, dans la même rue, afin de développer sa surface commerciale et son rayon contactologie. Peut-elle envisager cette opération ? Justifiez votre réponse.

Oui, elle peut envisager l'acquisition : aucun principe n'interdit à une commerçante d'acheter un commerce voisin pour développer son activité. Toutefois, le droit d'exercer l'optique dans ces locaux dépend notamment de ce qu'elle achète et du bail commercial. Elle doit vérifier la clause de destination du bail : si elle ne permet pas l'activité d'opticien, l'accord du bailleur ou la procédure légale de changement d'activité peut être nécessaire. Elle vérifiera aussi que les locaux peuvent accueillir l'activité et la clientèle dans les conditions réglementaires.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Oui, sous réserve des droits acquis, de la destination prévue au bail et de l'autorisation éventuelle d'exercer l'activité d'opticien.

2°

Question II.3. Avant de s'engager avec le propriétaire du magasin de maroquinerie, indiquez les points à vérifier et justifiez votre réponse.

Avant tout engagement, Madame Boneuil doit définir précisément l'objet de la cession : fonds de commerce, droit au bail ou murs. Elle vérifiera ensuite les éléments qui déterminent la valeur réelle du commerce et la possibilité d'y installer son activité.

- Examiner le bail : durée, loyer, charges, destination et conditions de changement d’activité.
- Contrôler les chiffres d’affaires, résultats, clientèle, stocks, prix et modalités de paiement.
- Vérifier le titre de propriété du fonds, les nantissements, les dettes et les contrats de travail transférés avec l’activité.
- Visiter les locaux et vérifier leur état, leur conformité et les travaux nécessaires.
- Faire préciser par écrit les conditions de cession et les garanties du vendeur.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Vérifier l’objet de la cession, le bail et son usage autorisé, la situation financière et juridique du fonds, les salariés, les locaux et les garanties du vendeur.

3. Marge brute, soldes intermédiaires de gestion et bénéfice

Le dossier porte sur la marge brute de différents équipements et sur l'analyse des résultats du magasin en 2002 et 2003. Les annexes contiennent les données de calcul, les comptes de résultat et les performances régionales de référence.

1.

Question III.1. Calculez la marge brute annuelle pour chacun des produits figurant dans l'annexe 4, à compléter et à rendre avec la copie.

La marge brute annuelle est la marge par achat multipliée par la fréquence annuelle. Le coefficient moyen donne le rapport prix de vente / prix d'achat. Pour les lunettes, la marge réalisée tous les quatre ans est ramenée à une année : $(270 - 270/3)/4 = 45$ €. Pour les lentilles traditionnelles : $300 - 300/2 = 150$ €. Pour les journalières : $(365 \times 1,80) - (365 \times 1,80)/1,5 = 219$ €.

Annexe 4 complétée

	Equipement en lunettes	Equipement en lentilles traditionnelles	Lentilles journalières (1-day Acuvue)
Dépenses client hors taxes	270 €	300 €	365 paires à 1.80 €
Fréquence d'achat	1 fois tous les 4 ans	1 fois par an	Achat fractionné (12 fois par an)
Coefficient moyen	3	2	1.5
Marge brute annuelle hors taxes	45 €	150 €	219 €

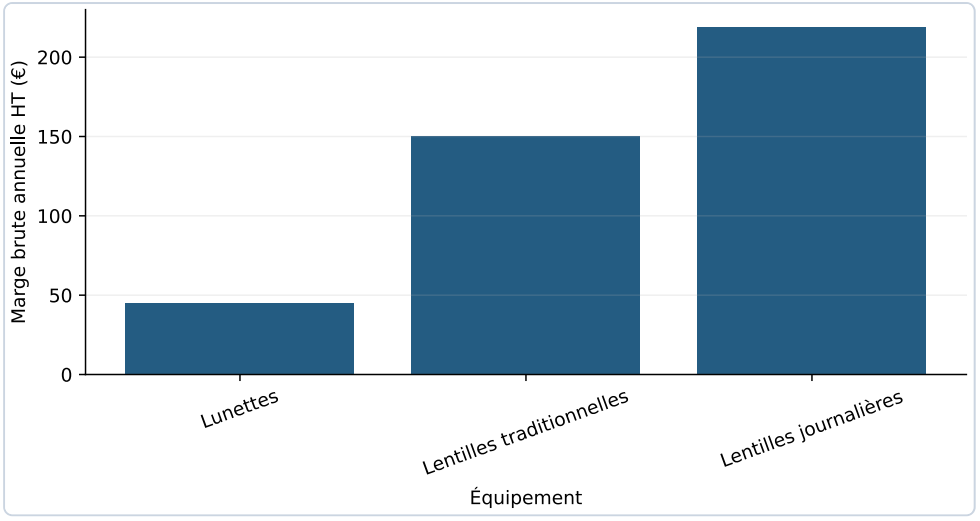
✓ RÉPONSE À RETENIR

Lunettes : 45 € ; lentilles traditionnelles : 150 € ; lentilles journalières : 219 € de marge brute annuelle HT.

2.

Question III.1. Commentez les résultats obtenus pour les marges brutes annuelles.

Les lentilles journalières procurent la marge annuelle la plus élevée, devant les lentilles traditionnelles. L'équipement en lunettes génère une marge annuelle plus faible, car son renouvellement est beaucoup moins fréquent. La contactologie présente donc un intérêt économique, en particulier les lentilles journalières. Elle peut aussi attirer régulièrement la clientèle et favoriser la multi-possession, sans remplacer nécessairement l'équipement en lunettes.



✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge annuelle : journalières 219 €, lentilles traditionnelles 150 €, lunettes 45 €.

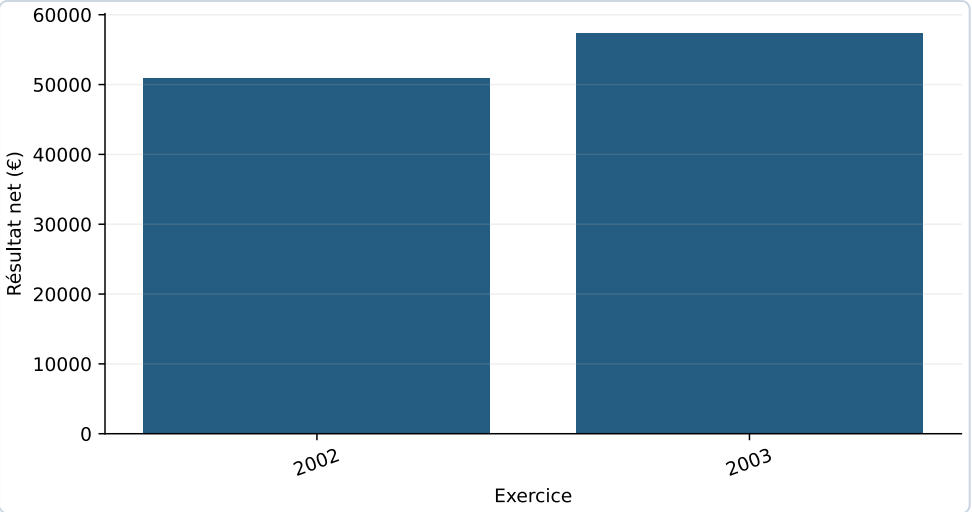
1°

Question III.2. À partir de l'annexe 5, calculez les soldes intermédiaires de gestion de l'entreprise pour 2002 et 2003, puis commentez l'évolution constatée.

La marge commerciale correspond aux ventes diminuées du coût d'achat des marchandises vendues. La valeur ajoutée retranche les consommations de tiers. L'EBE retranche ensuite les impôts et taxes et les charges de personnel ; le résultat d'exploitation tient compte des amortissements.

Solde (€)	2002	2003
Marge commerciale	200 000	210 000
Valeur ajoutée	133 222	139 883
EBE	65 022	71 783
Résultat d'exploitation	55 022	61 783
Résultat financier	-500	-700
Résultat courant	54 522	61 083
Résultat exceptionnel	-3 600	-3 800
Résultat net	50 922	57 283

Les ventes augmentent de 5 %. Les principaux soldes progressent, malgré une dégradation des résultats financier et exceptionnel. Le résultat net s'accroît de 6 361 €.



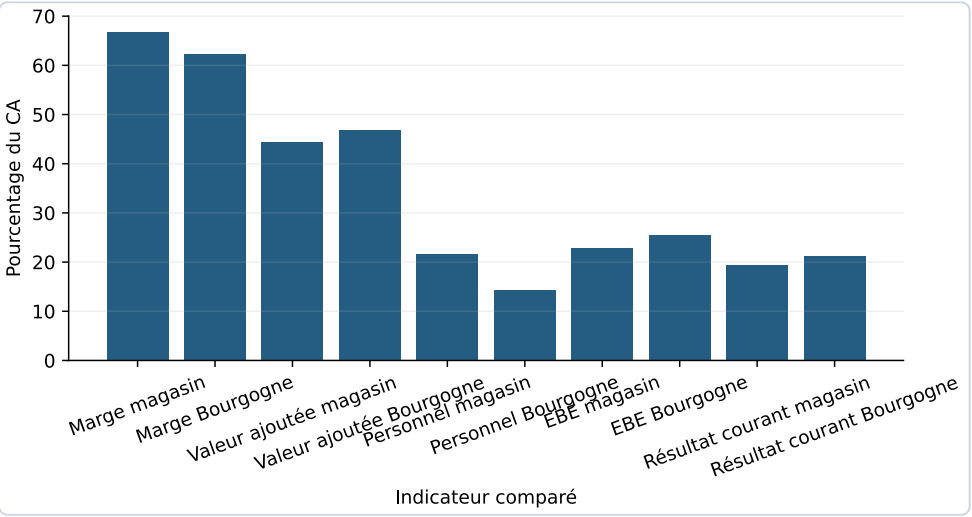
✓ RÉPONSE À RETENIR

Résultat net : 50 922 € en 2002 et 57 283 € en 2003, soit une hausse de 6 361 €.

2°

Question III.2. Analysez les résultats du magasin en 2003 en les comparant à ceux des magasins de sa région, puis comparez-les à la norme de la branche d'activité régionale.

En 2003, le CA HT du magasin (315 000 €) est inférieur de 11 708 € à la moyenne bourguignonne (326 708 €). Sa marge commerciale atteint 66,7 % du CA, contre 62,2 % en Bourgogne. En revanche, la valeur ajoutée est de 44,4 % contre 46,9 %, les charges de personnel de 21,6 % contre 14,4 %, et l'EBE de 22,8 % contre 25,6 %. Le résultat courant représente 19,4 % du CA, sous les 21,3 % régionaux. Avec trois personnes, le CA par personne est de 105 000 €, au-dessus de la moyenne régionale de 85 949 €.



✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge et CA par personne supérieurs aux références ; valeur ajoutée, EBE et résultat courant inférieurs. Les charges de personnel pèsent davantage.

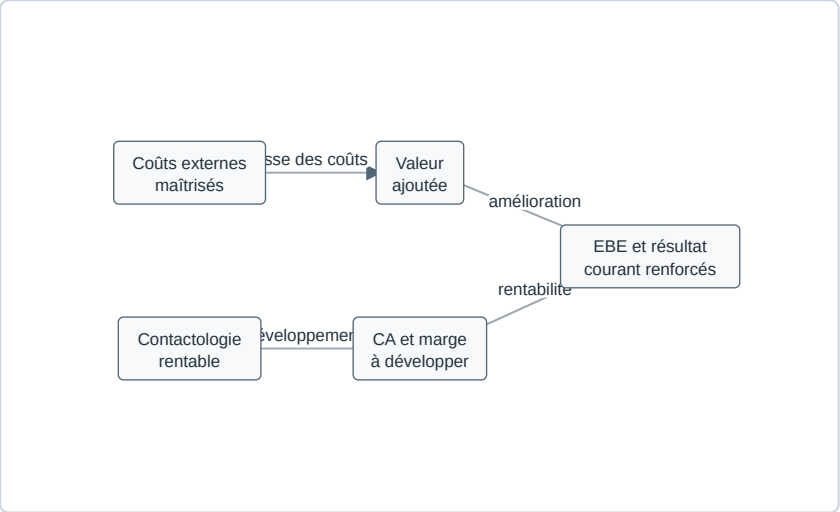
3°

Question III.2. À partir de votre analyse, formulez des préconisations permettant à Madame Boneuil de rapprocher les performances de son magasin de celles des magasins de sa région.

La marge commerciale dépasse déjà la référence régionale. L'effort doit donc porter en priorité sur la valeur ajoutée et les charges, sans réduire la qualité du service.

- Analyser et limiter les consommations de tiers, notamment les achats et les charges externes, tout en préservant les bonnes conditions d'achat.
- Développer les ventes rentables, dont la contactologie, et les services associés pour améliorer le CA.
- Examiner l'organisation et la productivité : le CA par personne est supérieur à la moyenne, mais les charges de personnel pèsent davantage. Éviter toute réduction d'effectif qui dégraderait le service.
- Suivre régulièrement les ratios de valeur ajoutée, d'EBE et de résultat courant par rapport aux références bourguignonnes.

Leviers d'amélioration de la performance



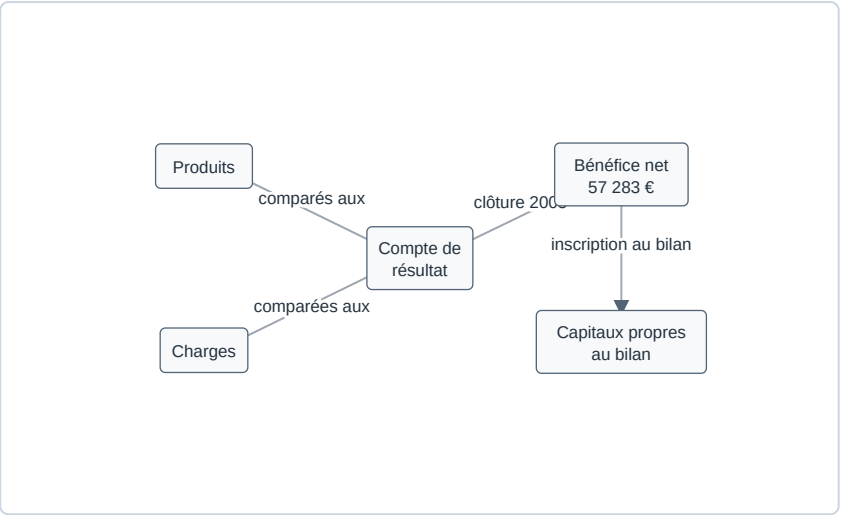
Agir sur les coûts externes et les ventes pour renforcer les soldes de gestion.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Priorités : maîtriser les consommations de tiers, développer le CA rentable et améliorer la productivité sans dégrader le service.

Question III.3. Rédigez une note à l'attention de Madame Boneuil pour expliquer le bénéfice figurant au bilan et son articulation avec le compte de résultat.

Madame Boneuil, le compte de résultat récapitule les produits et les charges d'un exercice. Leur différence constitue le bénéfice lorsque les produits sont supérieurs aux charges, ou une perte dans le cas contraire. En 2003, le bénéfice net est de 57 283 €. À la clôture, ce résultat figure au bilan dans les capitaux propres, au poste « résultat de l'exercice ». Il ne correspond pas nécessairement à une somme disponible en banque. Après décision d'affectation, il peut être mis en réserve, distribué ou reporté à nouveau.

Du compte de résultat au bilan



Le résultat de l'exercice est inscrit dans les capitaux propres au bilan.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le bénéfice net de 2003 est de 57 283 € ; il figure au bilan dans les capitaux propres avant affectation.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2005)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de BTS Opticien lunetier, session 2005, porte le code OLECO, dure 3 heures et a un coefficient 5. Autour du projet de développement de la contactologie du magasin de Madame Boneuil, elle évalue la prévision du chiffre d'affaires, la politique de produit, le droit de la marque et du travail, le calcul des marges et des SIG, ainsi que l'analyse des performances et des états comptables.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- La méthode des points extrêmes prolonge une tendance à partir des deux observations extrêmes d'une série chronologique.
- Une marque propre est une marque créée ou détenue par un distributeur ou une centrale pour commercialiser des produits sous son nom.
- La marge brute correspond au chiffre d'affaires hors taxes diminué du coût d'achat des marchandises vendues.
- Les soldes intermédiaires de gestion analysent la formation du résultat en distinguant les étapes de l'activité et les catégories de produits et charges.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour la prévision, indiquez les données retenues et détaillez chaque étape du calcul par la méthode des points extrêmes.
- Distinguez la définition de la marque propre des arguments commerciaux en faveur de sa mise en vente.
- Annualisez correctement les dépenses selon la fréquence d'achat et vérifiez les unités hors taxes.
- Pour les comparaisons régionales, utilisez des indicateurs de même nature et reliez les écarts à des préconisations concrètes.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment appliquer la méthode des points extrêmes à une série de chiffre d'affaires ?

Repérez les observations extrêmes dans le temps, calculez l'évolution moyenne entre elles, puis prolongez cette tendance jusqu'aux années à prévoir. Indiquez les valeurs retenues et détaillez les calculs.

Q : Comment calculer la marge brute annuelle lorsque les achats sont fractionnés ?

Annualisez d'abord les ventes à partir de la fréquence d'achat et du prix hors taxes. Déterminez ensuite le coût d'achat correspondant à l'aide du coefficient moyen, puis soustrayez-le du chiffre d'affaires annuel.

Q : Le sujet indique-t-il le nombre de points attribué à chaque question ?

Aucun barème détaillé par question n'apparaît dans les pages du sujet. L'épreuve indique un coefficient 5 et une durée de 3 heures, mais aucune répartition des points ne doit être déduite.

Q : Que faut-il comparer pour évaluer les résultats 2003 du magasin ?

Comparez les indicateurs du magasin aux données régionales correspondantes de l'annexe 3, puis à la norme régionale de la branche. Veillez à conserver les mêmes unités et à commenter les écarts.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsol.fr/assets/annales/bts-ol/E3 - Economie et gestion de l'entreprise/2005/BTS OL - E3 - Economie et gestion de l'entreprise - Session 2005 - 1-Sujet.pdf

Ressources BTS Opticien Lunetier : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.