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 • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

Économie et gestion de l’entreprise

Session 2015 • Code sujet : **OLECO** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **5**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Marketing et communication** (6 questions) — **Page 3**
2. **Gestion commerciale, droit et GRH** (10 questions) — **Page 6**
3. **Dossier comptable et financier** (5 questions) — **Page 10**
4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 14**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsol.fr/assets/annales/bts-ol/E3 - Economie et gestion de l’entreprise/2015/BTS OL - E3 - Economie et gestion de l’entreprise - Session 2015 - 1-Sujet.pdf

1. Marketing et communication

Le candidat effectue un stage chez « Lunettes pour Vous », une enseigne d'optique qui commercialise des lunettes de qualité à petit prix sous sa marque de distributeur. Le dossier porte sur les intérêts de cette stratégie et sur l'enquête de satisfaction proposée aux clients à l'aide d'une tablette laissée en libre accès dans le magasin.

Question 1. Présentez trois avantages de la stratégie de marque de distributeur pour Victoire DEBRETEUIL.

La marque propre apporte à Victoire DEBRETEUIL des leviers de gestion et de différenciation. Elle peut notamment :

- **Maîtriser son offre** : choisir les modèles, les gammes de verres, les prix et la présentation.
- **Construire une identité distinctive** et fidéliser les clients à l'enseigne plutôt qu'à une marque de fabricant.
- **Mieux maîtriser sa marge** en fixant elle-même ses prix de vente et en limitant la dépendance aux marques de fabricants.

Ces choix facilitent l'adaptation de l'offre au positionnement « qualité à petits prix ».

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Maîtrise de l'offre et des prix, différenciation et fidélisation, meilleure maîtrise de la marge.

Question 2. Donnez trois raisons qui peuvent expliquer le succès de la marque de distributeur « Lunettes pour Vous » auprès des clients.

Trois caractéristiques du concept peuvent expliquer son succès auprès des clients :

1. Les prix sont très compétitifs : l'annexe annonce une monture équipée dès 9,99 € et un équipement à 25 € selon la gamme.
2. L'offre associe qualité et choix : 25 modèles originaux, des verres en plusieurs gammes et des montures provenant d'une usine qui fabrique aussi des montures Ray-Ban.
3. Le service est rapide : la fabrication en magasin permet une remise de l'équipement en 25 minutes.

Le concept combine ainsi prix bas, choix et gain de temps.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Prix attractifs, montures originales et offre de qualité, fabrication rapide.

Question 3. Donnez trois objectifs visés par l'enquête de satisfaction proposée aux clients.

L'enquête vise d'abord à mesurer la satisfaction après la visite, notamment sur l'accueil, la prestation et les explications données par les salariés. Elle permet aussi de repérer les points forts et les problèmes à corriger dans le parcours client. Enfin, les remarques et suggestions recueillies aident l'entreprise à mieux comprendre les attentes de sa clientèle et à adapter son offre ou son organisation. Ces objectifs correspondent à la finalité annoncée dans le questionnaire : connaître le degré de satisfaction et apporter des améliorations.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Mesurer la satisfaction, repérer les améliorations nécessaires et mieux cerner les attentes des clients.

Question 4. Présentez trois avantages et trois inconvénients, pour l'entreprise, du mode d'administration du questionnaire sur une tablette numérique laissée en libre accès dans le magasin.

La tablette en libre accès facilite la collecte, mais ne garantit pas des réponses représentatives.

- **Avantages** : coût limité, saisie numérique facilitant le traitement, réponses recueillies juste après la visite.
- **Inconvénients** : participation volontaire susceptible de biaiser les résultats ; absence d'enquêteur pour expliquer ou relancer ; risque de réticence face à l'outil ou à la communication de données personnelles.

L'entreprise doit donc proposer un questionnaire simple, clairement présenté et utilisable par tous.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Avantages : coût réduit, traitement facilité, réponse à chaud. Inconvénients : biais de participation, absence d'aide, réticences possibles au numérique ou aux données personnelles.

Question 5. Indiquez quatre améliorations que vous apporteriez au questionnaire et justifiez chacune de vos propositions.

Amélioration	Justification
Supprimer les données personnelles non indispensables, comme le nom, l'adresse postale ou la nationalité.	Réduire le caractère intrusif et ne conserver que les informations utiles à l'enquête.
Reformuler la question suggestive sur les explications du collaborateur.	Une formulation neutre évite d'orienter la réponse.
Remplacer « mauvaise, convenable, excellente » par une échelle équilibrée et graduée.	Mesurer plus précisément la satisfaction et permettre une réponse neutre.
Proposer des choix clairs pour la question sur l'achat et rendre les questions ouvertes facultatives.	Éviter les réponses ambiguës et faciliter le remplissage.

Ces changements rendent le questionnaire plus fiable et plus facile à compléter. Ils conservent les questions utiles à la satisfaction tout en limitant la collecte de renseignements sans lien direct avec l'objectif. La formulation neutre et les modalités de réponse explicites améliorent aussi la qualité des résultats et leur comparaison.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Limiter les données personnelles, neutraliser les formulations, affiner l'échelle de satisfaction et clarifier les réponses attendues.

Question 6. Justifiez la présence des quatre dernières lignes du questionnaire.

Les quatre derniers éléments du questionnaire ont chacun une fonction :

- La question sur les suggestions recueille des remarques libres et des idées d'amélioration.
- La réduction de 15 % incite le client à laisser son adresse électronique et favorise une nouvelle visite.
- « Bonne journée » clôt le questionnaire avec courtoisie.
- La dernière mention informe sur le traitement des données et rappelle le droit d'accès et de rectification indiqué dans le document.

L'adresse électronique doit rester facultative, comme le prévoit le questionnaire.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Recueillir des suggestions, encourager une nouvelle visite, conclure poliment et informer sur l'usage des données et les droits des répondants.

2. Gestion commerciale, droit et GRH

L'entreprise prépare le lancement de lunettes solaires de vue sous la marque « 2 S - Sun and See » et doit étudier leur prix d'acceptabilité ainsi que la protection de la marque. Le dossier aborde également le statut juridique de l'entreprise, les choix de recrutement, les formalités d'embauche et le calcul du salaire net et du coût employeur.

Question 1. Déterminez le prix d'acceptabilité de la paire de lunettes solaires à partir des résultats de l'enquête de l'annexe 5. Présentez vos calculs dans un tableau.

Les réponses de chaque colonne totalisent 400. À chaque prix, on cumule les refus « trop cher » jusqu'à ce prix et les refus « mauvaise qualité » à partir de ce prix. Les acheteurs potentiels correspondent au total des réponses moins ces deux cumuls.

Prix (€)	Refus « trop cher » cumulés	Refus « mauvaise qualité » cumulés	Acheteurs potentiels
15	0	400	0
20	0	320	80
25	32	140	228
30	72	40	288
35	136	16	248
40	236	0	164
45	380	0	20
50	400	0	0

Le nombre d'acheteurs potentiels est maximal au prix de 30 €.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le prix d'acceptabilité retenu est de 30 €, prix auquel le nombre estimé d'acheteurs potentiels atteint 288.

Question 2. Rédigez pour Victoire DEBRETEUIL une note structurée sur l'intérêt et les limites de la méthode du prix d'acceptabilité, ainsi que sur les éventuels éléments complémentaires à prendre en compte avant toute décision de fixation du prix.

Intérêt : la méthode estime le prix que les consommateurs jugent acceptable et compare les volumes potentiels selon plusieurs prix. Elle fournit ainsi un repère utile avant le lancement.

Limites : les intentions déclarées ne garantissent pas des achats réels. Le résultat dépend de la taille et de la représentativité de l'échantillon, ainsi que de la formulation des questions. Il ne tient pas compte, à lui seul, de la rentabilité.

Avant de fixer le prix, Victoire doit confronter ce repère au coût de revient, à la marge recherchée, aux prix des concurrents, au positionnement de qualité et à la demande observée lors du lancement.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le prix d'enquête est un repère à confronter à la rentabilité, à la concurrence, au positionnement et aux ventes réelles.

Question 3. Donnez deux raisons qui peuvent inciter une enseigne à protéger sa marque.

Protéger la marque permet d'abord à l'enseigne d'en réserver l'usage pour les produits et services concernés et d'agir contre les imitations ou les signes créant une confusion. Cela sécurise l'identité commerciale reconnue par les clients.

La marque constitue aussi un actif immatériel : l'enseigne peut développer sa notoriété et sa valeur, puis autoriser son exploitation par des partenaires, notamment dans le cadre d'un réseau. Sa protection contribue ainsi à préserver les investissements consacrés à son développement.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Réserver l'usage de la marque et défendre sa valeur commerciale contre les imitations et les usages créant une confusion.

Question 4. Rappelez la démarche à suivre pour protéger une marque en France.

Il faut vérifier que le signe est distinctif, licite et disponible, notamment en recherchant les marques antérieures similaires. La demande de dépôt est ensuite adressée à l'INPI avec la représentation de la marque et la liste des produits ou services visés, répartis dans les classes appropriées de la classification de Nice. Le déposant règle les redevances.

Après examen et publication de la demande, les titulaires de droits antérieurs peuvent former opposition dans les délais prévus. Si la procédure aboutit favorablement, la marque est enregistrée pour dix ans et son enregistrement peut être renouvelé par périodes successives de dix ans.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Vérifier la disponibilité, déposer auprès de l'INPI en désignant les classes, puis obtenir l'enregistrement renouvelable tous les dix ans.

Question 5. À l'aide de l'annexe 3, indiquez à quoi correspond le numéro 477 8 A et ce qu'il nous apprend.

Le numéro « 477 8 A » correspond au code d'activité principale exercée, ou code APE, présenté sous la forme normalisée 47.78A dans la nomenclature NAF. Il désigne le commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé, catégorie dans laquelle relève notamment le commerce de détail d'optique. Il indique l'activité principale déclarée de l'entreprise à des fins statistiques. Ce code ne constitue ni une autorisation d'exercer ni une preuve juridique exclusive de l'activité réelle.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Code APE/NAF 47.78A : activité de commerce de détail en magasin spécialisé, dont le commerce de détail d'optique.

Question 6. Victoire DEBRETEUIL ayant choisi le statut juridique de SARL, justifiez ce choix.

La SARL convient à un projet mené par plusieurs associés, ici Victoire DEBRETEUIL et ses deux camarades de promotion. Elle permet de réunir leurs apports dans une société dotée de sa propre personnalité juridique et d'organiser leur participation selon des règles encadrées.

En principe, la responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports, ce qui protège leur patrimoine personnel des dettes sociales, sauf notamment faute de gestion ou caution personnelle. Cette forme permet donc de partager le projet et le financement tout en limitant le risque financier individuel.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La SARL permet aux trois associés de porter le projet ensemble et limite en principe leur responsabilité au montant de leurs apports.

Question 7. Dans le contexte du recrutement d'un opticien titulaire d'un CQP, chargé exclusivement des examens de vue, présentez de manière structurée deux avantages et deux inconvénients pour chacun des modes de recrutement envisagés : interne et externe.

Le poste exige un opticien titulaire du CQP adapté aux examens de vue. Les avantages et limites des deux voies de recrutement sont les suivants :

Mode	Deux avantages	Deux inconvénients
Interne	Compétences et intégration déjà connues ; évolution qui peut motiver le salarié.	Peu de candidats peuvent avoir le CQP requis ; le départ du salarié de son poste initial peut créer un besoin de remplacement.
Externe	Accès à un vivier plus large de titulaires du CQP ; apport de compétences ou d'expériences nouvelles.	Recrutement plus long et coûteux ; adaptation au poste et à l'équipe à vérifier.

La disponibilité d'un candidat qualifié en interne est donc déterminante.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Interne : intégration rapide, mais vivier qualifié limité. Externe : plus de candidats spécialisés, mais coût et adaptation à prévoir.

Question 8. Rappelez la source de droit qui permettra à Victoire DEBRETEUIL de trouver la durée maximale de la période d'essai qu'elle peut imposer au futur salarié.

Pour connaître la durée maximale de la période d'essai, l'employeur doit consulter les sources du droit du travail applicables à l'entreprise. Il s'agit notamment du Code du travail et de la convention collective nationale de l'optique-lunetterie de détail, en tenant compte de la catégorie professionnelle du salarié. La durée stipulée au contrat doit respecter les plafonds applicables et les règles relatives au renouvellement éventuel de la période d'essai.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Consulter le Code du travail et la convention collective nationale de l'optique-lunetterie de détail.

Question 9. Listez les formalités que l'employeur doit accomplir lors d'une embauche.

À l'embauche, l'employeur doit accomplir les principales formalités suivantes :

- transmettre la déclaration préalable à l'embauche (DPAE) à l'URSSAF dans les délais requis ;
- inscrire le salarié au registre unique du personnel et établir un contrat écrit conforme, obligatoire ici car l'emploi est à temps partiel ;
- effectuer les démarches auprès du service de santé au travail et organiser le suivi médical requis ;
- réaliser les démarches sociales déclaratives et remettre au salarié les informations et documents obligatoires, notamment ceux relatifs à la convention collective applicable.

Les formalités particulières, comme la vérification d'une autorisation de travail, s'ajoutent si la situation du salarié l'exige.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> DPAE, registre du personnel, contrat écrit à temps partiel, suivi de santé au travail et formalités sociales et d'information obligatoires.

Question 10. En faisant apparaître vos calculs, déterminez le salaire net mensuel du nouveau salarié et son coût mensuel pour l'employeur. Le salarié travaille 24 heures par semaine, à raison de quatre semaines par mois, pour une rémunération horaire brute de 13 euros. Les charges patronales représentent environ 42 % du salaire brut et les charges salariales environ 22 %.

La durée rémunérée est de 24 h × 4 = 96 h par mois. Le salaire brut mensuel atteint donc 96 × 13 € = 1 248 €. Après déduction d'environ 22 % de charges salariales, le net estimé est de 1 248 × 0,78 = 973,44 €. Le coût employeur, charges patronales de 42 % incluses, est de 1 248 × 1,42 = 1 772,16 €.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Salaire net mensuel estimé : 973,44 €. Coût mensuel total pour l'employeur : 1 772,16 €.

3. Dossier comptable et financier

Victoire DEBRETEUIL envisage de développer l'enseigne « Lunettes pour Vous » par franchise ou commission-affiliation. Pour apprécier cette dernière option, le dossier étudie les données comptables et prévisionnelles d'un opticien intéressé, établit les budgets de mai à juillet 2015 et examine sa situation de trésorerie.

Question 1. À partir de vos connaissances et de l'annexe 7, présentez le principe de la commission-affiliation.

La commission-affiliation lie deux entreprises juridiquement indépendantes : un commerçant affilié et un fournisseur tête de réseau. Le fournisseur reste propriétaire des produits et prend en charge le coût du stock, sa gestion, les réassorts et les invendus. L'affilié vend les produits et gère son point de vente ainsi que son personnel. En contrepartie, il perçoit une commission sur les ventes, généralement comprise entre 30 et 45 %. Le réseau peut aussi fournir formation, assistance et outils commerciaux. La propriété du stock distingue principalement cette formule de la franchise.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Le fournisseur conserve la propriété et le financement du stock; l'affilié vend les produits, gère le point de vente et reçoit une commission.

Question 2. Indiquez ce que signifie la somme inscrite dans le compte 44567 et rappelez le mode de calcul de cette valeur.

Le compte 44567 présente un solde débiteur de 4 085 € : c'est un crédit de TVA. Il correspond à une TVA déductible supérieure à la TVA collectée sur la période. On le calcule en soustrayant la TVA collectée de la TVA déductible sur les achats et les immobilisations. Le crédit ainsi obtenu est reportable et vient diminuer la TVA à payer lors d'une période ultérieure.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Le compte 44567 indique un crédit de TVA reportable de 4 085 €, égal à l'excédent de TVA déductible sur la TVA collectée.

Question 3. Établissez tous les budgets pour le trimestre considéré, de mai à juillet 2015. Présentez les montants sans virgule, arrondis à l'euro le plus proche, et complétez l'annexe A à rendre avec la copie.

Les ventes et les achats sont comptabilisés TTC dans les flux de trésorerie; pour la TVA, les montants sont calculés sur les bases hors taxes au taux de 20 %. Les ventes sont encaissées à 50 % le mois même, les achats réglés à 20 % le mois même et à 80 % le mois suivant. Les services extérieurs et les impôts sont payés le mois même. Les dotations aux amortissements ne donnent pas lieu à un décaissement.

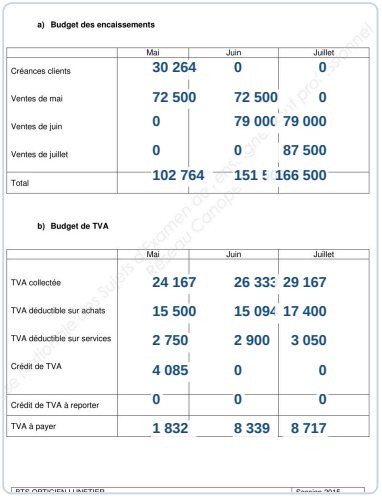
Encaissements	Mai	Juin	Juillet
Créances clients	30 264	0	0
Ventes de mai	72 500	72 500	0
Ventes de juin	0	79 000	79 000
Ventes de juillet	0	0	87 500
Total	102 764	151 500	166 500

Budget de TVA	Mai	Juin	Juillet
TVA collectée	24 167	26 333	29 167
TVA déductible sur achats	15 500	15 094	17 400
TVA déductible sur services	2 750	2 900	3 050
Crédit de TVA	4 085	0	0
Crédit de TVA à reporter	0	0	0
TVA à payer	1 832	8 339	8 717

Décaissements	Mai	Juin	Juillet
Fournisseurs	41 560	0	0
Fournisseurs d’immobilisations	37 500	12 500	0
Achats de mai	18 600	74 400	0
Achats de juin	0	18 113	72 451
Achats de juillet	0	0	20 880
Services extérieurs	16 500	17 400	18 300
TVA à décaisser	0	1 832	8 339
Salaires	8 700	8 700	8 700
Charges sociales	4 751	4 350	4 350
Charges administratives	14 500	14 600	14 600
Total	142 111	151 895	147 620

Trésorerie	Mai	Juin	Juillet
Trésorerie initiale	5 877	-33 470	-33 865
Encaissements	102 764	151 500	166 500
Décaissements	142 111	151 895	147 620
Trésorerie fin de mois	-33 470	-33 865	-14 985

Annexe A complétée : encaissements et TVA



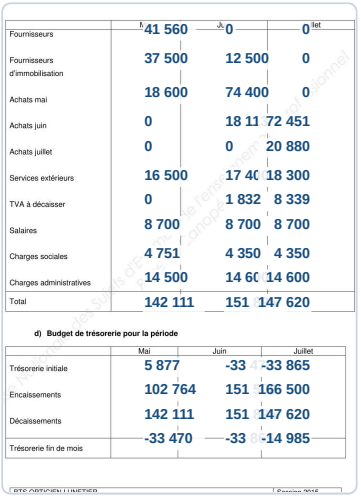
a) Budget des encaissements

	Mai	Juin	Juillet
Créances clients	30 264	0	0
Ventes de mai	72 500	72 500	0
Ventes de juin	0	79 000	79 000
Ventes de juillet	0	0	87 500
Total	102 764	151 5	166 500

b) Budget de TVA

	Mai	Juin	Juillet
TVA collectée	24 167	26 333	29 167
TVA déductible sur achats	15 500	15 094	17 400
TVA déductible sur services	2 750	2 900	3 050
Crédit de TVA	4 085	0	0
Crédit de TVA à reporter	0	0	0
TVA à payer	1 832	8 339	8 717

Annexe A complétée : décaissements et trésorerie



	Mai	Juin	Juillet
Fournisseurs	41 560	0	0
Fournisseurs d'immobilisation	37 500	12 500	0
Achats mai	18 600	74 400	0
Achats juin	0	18 11	72 451
Achats juillet	0	0	20 880
Services extérieurs	16 500	17 40	18 300
TVA à décaisser	0	1 832	8 339
Salaires	8 700	8 700	8 700
Charges sociales	4 751	4 350	4 350
Charges administratives	14 500	14 60	14 600
Total	142 111	151	147 620

d) Budget de trésorerie pour la période

	Mai	Juin	Juillet
Trésorerie initiale	5 877	-33	-33 865
Encaissements	102 764	151	166 500
Décaissements	142 111	151	147 620
Trésorerie fin de mois	-33 470	-33	-14 985

✓ RÉPONSE À RETENIR

Trésorerie finale : -33 470 € en mai, -33 865 € en juin et -14 985 € en juillet; elle est négative durant les trois mois.

Question 4. Commentez la situation de trésorerie de l'entreprise de M. NICOLAS en indiquant ses conséquences pour l'entreprise.

La trésorerie de fin de mois reste négative : -33 470 € en mai, -33 865 € en juin et -14 985 € en juillet. L'entreprise ne dispose donc pas des liquidités nécessaires pour régler toutes ses échéances. Elle risque des retards ou des incidents de paiement, notamment envers ses fournisseurs. Elle devra négocier un découvert bancaire ou un financement à court terme, ce qui peut entraîner des frais financiers et fragiliser ses relations commerciales.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> La trésorerie est négative chaque mois, avec un déficit maximal de 33 865 € en juin; un financement à court terme est nécessaire.

Question 5. Indiquez comment l'adhésion à la commission-affiliation pourrait permettre à M. NICOLAS de résoudre ses problèmes de trésorerie négative.

En commission-affiliation, le fournisseur reste propriétaire du stock et en finance l'achat. M. NICOLAS n'a donc pas à avancer la trésorerie nécessaire pour constituer le stock; le fournisseur prend aussi en charge les réassorts et les invendus. La baisse des décaissements liés aux achats réduit le besoin de financement et libère des liquidités pour régler salaires, charges et autres échéances. La commission perçue sur les ventes doit toutefois suffire à couvrir les charges du point de vente.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le fournisseur finance le stock, les réassorts et les invendus; M. NICOLAS réduit ainsi ses décaissements et son besoin de trésorerie.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2015)

Bilan de l'épreuve : Épreuve d'Économie et gestion de l'entreprise, unité U3 du BTS Opticien lunetier, session 2015, code OLECO, d'une durée de trois heures et de coefficient 5. Notée sur 100 points, elle s'appuie sur l'enseigne « Lunettes pour Vous » et évalue les compétences en marketing, enquête client, prix, droit, recrutement, budgets prévisionnels et analyse de trésorerie.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le prix d'acceptabilité se recherche en cumulant les refus liés au prix excessif et à la mauvaise qualité, puis en retenant le prix qui minimise leur total.
- La TVA due se calcule en déduisant la TVA déductible et les crédits reportés de la TVA collectée.
- La trésorerie de fin de mois correspond à la trésorerie initiale augmentée des encaissements et diminuée des décaissements.
- En commission-affiliation, le fournisseur reste propriétaire du stock et supporte les invendus; le commerçant affilié vend les produits contre une commission.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le prix d'acceptabilité, distinguer les deux catégories de refus et cumuler les réponses dans le sens adapté à chaque série.
- Dans les budgets, respecter les délais de paiement et les bases HT ou TTC propres à chaque opération.
- Distinguer le salaire net du coût employeur, qui comprend le brut et les charges patronales.
- Compléter les deux pages de l'annexe A et tenir compte des créances, dettes et échéances initiales.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment déterminer le prix d'acceptabilité à partir des réponses de l'enquête ?

Pour chaque prix, cumulez les refus liés au prix excessif et ceux liés à la mauvaise qualité, dans le sens de variation propre à chaque série. Additionnez ces refus cumulés et retenez le prix associé au total le plus faible.

Q : Comment calculer le salaire net mensuel et le coût employeur ?

Multipliez les heures travaillées dans le mois par le taux horaire pour obtenir le salaire brut. Retranchez les charges salariales pour calculer le net, puis ajoutez les charges patronales au brut pour obtenir le coût mensuel pour l'employeur.

Q : Quels éléments intégrer aux budgets de trésorerie de mai à juillet ?

Intégrez les créances et dettes initiales à leurs échéances, puis répartissez ventes et achats selon leurs délais de règlement. Ajoutez les charges payées chaque mois, les salaires, les charges sociales différées et la TVA à décaisser.

Q : Quel élément distingue principalement la commission-affiliation de la franchise ?

La propriété du stock constitue la différence essentielle : en commission-affiliation, les produits restent la propriété du fournisseur, qui assume le stock et les invendus. L'affilié gère son point de vente, vend les produits et reçoit une commission.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsol.fr/assets/annales/bts-ol/E3 - Economie et gestion de l'entreprise/2015/BTS OL - E3 - Economie et gestion de l'entreprise - Session 2015 - 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.