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 2018 • Code sujet : **OLECO** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **5**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Gestion comptable et financière (10 questions) **Page 3**

2. Projet de développement commercial (6 questions) **Page 8**

3. Forme sociétaire, statut du conjoint et nom d’enseigne (7 questions) **Page 11**

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/2018/BTS OL - E3 - Economie et gestion de l’entreprise - Session 2018 - 1-Sujet.pdf

1. Gestion comptable et financière

Monsieur Molène, opticien indépendant à Saint-Brieuc, constate la stagnation de son chiffre d'affaires et étudie l'ajout d'une ligne de produits 100 % Made in France. À partir des données comptables et prévisionnelles fournies, le dossier demande d'analyser l'activité, la rentabilité et la viabilité financière du projet.

Question 1.1. À partir des chiffres d'affaires annuels fournis, déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel 2018 par la méthode des moindres carrés, conclure sur le résultat obtenu et apprécier la pertinence de développer une nouvelle ligne de produits.

La moyenne des chiffres d'affaires est de 318 750 €. La pente de la droite d'ajustement est de −5 500 € par an. En codant les années de 1 à 4, 2018 correspond à 5 : la prévision vaut 318 750 − 5 500 × (5 − 2,5) = 305 000 €. Cette tendance indique une baisse modérée, pas une reprise spontanée. Une nouvelle ligne peut donc soutenir la relance et élargir la clientèle, à condition que son seuil de rentabilité soit accessible.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> CA prévisionnel 2018 : 305 000 €. Tendance baissière, que la nouvelle ligne peut contribuer à inverser si elle est rentable.

Question 1.2. Citer deux autres méthodes de prévision du chiffre d'affaires que Monsieur Molène aurait pu utiliser.

Deux méthodes autres que les moindres carrés peuvent être retenues. La première consiste à reconduire le chiffre d'affaires de l'année précédente, éventuellement en appliquant un taux d'évolution. La seconde est de réaliser une étude de marché ou une enquête commerciale auprès des clients et prospects. La première prolonge les résultats passés ; la seconde estime la demande future à partir des intentions d'achat et des besoins de la clientèle.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Reconduction du chiffre d'affaires antérieur, avec ou sans taux d'évolution ; enquête commerciale auprès des clients et prospects.

Question 1.3. Justifier la pertinence du choix de la méthode des moindres carrés par rapport aux deux autres méthodes de prévision citées.

Contrairement à la reconduction du dernier chiffre d'affaires, les moindres carrés utilisent toute la série observée et atténuent l'influence d'une seule année. Comparée à une enquête, cette méthode repose sur des ventes réalisées plutôt que sur des intentions déclarées. Elle fournit ainsi une prévision chiffrée et reproductible. Elle reste toutefois fragile avec seulement quatre années, surtout lorsque le chiffre d'affaires fluctue ; il faut donc la compléter par une analyse de la demande et du marché.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La méthode exploite toute la série réelle, contrairement à la reconduction d'une année ou aux intentions déclarées en enquête.

Question 1.4. Présenter les calculs qui ont permis d'obtenir le montant de chaque solde intermédiaire de gestion (SIG) pour l'année 2017.

Les soldes 2017 sont calculés à partir des ventes, des achats et des charges d'exploitation. La variation de stock négative se déduit des achats pour obtenir les marchandises consommées. Le résultat d'exploitation intègre ensuite les dotations aux amortissements ; le RCAI ajoute le résultat financier, puis le résultat exceptionnel permet d'obtenir le résultat net.

Solde	Calcul 2017	Montant
Marge commerciale	310 000 − (160 000 − 20 000)	170 000 €
Valeur ajoutée	170 000 − 47 000	123 000 €
EBE	123 000 − 5 000 − 80 000	38 000 €
Résultat d'exploitation	38 000 − 15 000	23 000 €
RCAI	23 000 − 17 000	6 000 €
Résultat exceptionnel	30 000 − 0	30 000 €
Résultat net	6 000 + 30 000	36 000 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge commerciale : 170 000 € ; valeur ajoutée : 123 000 € ; EBE : 38 000 € ; résultat d'exploitation : 23 000 € ; RCAI : 6 000 € ; résultat net : 36 000 €.

Question 1.5. Expliquer les causes de l'évolution des soldes intermédiaires de gestion entre 2016 et 2017.

Le chiffre d'affaires reste stable à 310 000 €, mais plusieurs charges augmentent. Les achats supplémentaires réduisent la marge commerciale de 16 000 €, tandis que les services extérieurs en hausse abaissent encore la valeur ajoutée. Les charges de personnel progressent fortement, ce qui contribue à la baisse de l'EBE. La diminution des amortissements compense partiellement cette dégradation. Enfin, les charges financières augmentent. Le résultat exceptionnel de 30 000 € limite la baisse du résultat net, sans corriger la dégradation de l'activité courante.

- Marge commerciale : −16 000 €.
- Valeur ajoutée : −18 000 € ; EBE : −38 000 €.
- Résultat d'exploitation : −33 000 € ; RCAI : −35 000 €.
- Résultat net : −5 000 € après l'exceptionnel de 2017.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les hausses d'achats, de personnel et de frais financiers dégradent les soldes courants ; l'exceptionnel amortit la baisse du résultat net.

Question 1.6. Proposer trois solutions à Monsieur Molène pour améliorer son résultat net et justifier vos propositions.

Trois actions peuvent améliorer durablement le résultat net, en préservant la qualité du conseil et du service :

1. Négocier les tarifs et conditions d'achat, puis privilégier les modèles à meilleure marge pour redresser la marge commerciale.
2. Maîtriser les charges de personnel et les services extérieurs en ajustant les dépenses à l'activité.
3. Renégocier les emprunts ou leur échéancier afin de réduire les charges financières et d'améliorer le résultat courant.

Le développement de la nouvelle ligne peut également soutenir le chiffre d'affaires, mais doit rester fondé sur des ventes rentables.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Négocier les achats, maîtriser les charges d'exploitation et réduire le coût du financement.

Question 1.7. Apprécier la rentabilité de l'entreprise.

L'entreprise reste bénéficiaire, mais les indicateurs de rentabilité liés à l'activité se dégradent nettement. Le résultat d'exploitation représente 7,4 % du chiffre d'affaires en 2017, contre 18 % en 2016 ; le RCAI passe de 13,2 % à 1,9 %. Le résultat net représente encore 11,6 % du chiffre d'affaires, mais il comprend 30 000 € de résultat exceptionnel. La performance courante est donc faible et en recul. Les annexes ne donnent pas les capitaux investis pour calculer une rentabilité financière ou économique au sens strict.

Indicateur en % du CA	2016	2017
Résultat d'exploitation	18 %	7,4 %
RCAI	13,2 %	1,9 %
Résultat net	13,2 %	11,6 %

✓ RÉPONSE À RETENIR

L'entreprise est bénéficiaire, mais sa rentabilité courante chute fortement ; le résultat net 2017 est soutenu par un produit exceptionnel.

Question 1.8. Calculer le seuil de rentabilité prévisionnel annuel en valeur de la ligne de produits 100 % Made in France.

Les charges de structure affectées au rayon sont proportionnelles à sa surface. Pour 10 m² sur les 120 m² du magasin, elles s'élèvent à 160 000 × 10 / 120 = 13 333,33 €. Le seuil de rentabilité en valeur est égal aux charges fixes affectées divisées par le taux de marge sur coût variable : 13 333,33 / 0,68. Ce chiffre d'affaires permet de couvrir les charges attribuées à la ligne, sans encore dégager de bénéfice.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Seuil de rentabilité annuel prévisionnel : 19 607,84 € de chiffre d'affaires.

Question 1.9. Déterminer le seuil de rentabilité prévisionnel mensuel en volume de la ligne de produits 100 % Made in France.

Le seuil annuel en valeur est de 19 607,84 €. Au prix envisagé de 180 € par monture, cela représente 19 607,84 / 180 montures par an. Le magasin étant ouvert toute l'année, le seuil mensuel s'obtient en divisant ce volume par 12. Le résultat théorique est fractionnaire ; pour atteindre effectivement l'équilibre chaque mois, il faut retenir le nombre entier supérieur de montures.

Étape	Calcul ou résultat
Seuil annuel en montures	108,93
Seuil mensuel en montures	9,08
Objectif mensuel entier	10 montures

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Seuil mensuel théorique : 9,08 montures, soit au moins 10 montures vendues par mois pour couvrir les charges affectées.

Question 1.10. Commenter les résultats obtenus.

Le projet couvre ses charges affectées à partir d'environ 19 608 € de chiffre d'affaires annuel, soit près de 109 montures par an au prix envisagé. L'objectif pratique est d'au moins 10 montures par mois. Ce seuil paraît accessible, mais l'atteindre signifie seulement que les charges affectées sont couvertes. Au-delà, la ligne contribue au résultat si le taux de marge prévu est respecté. Monsieur Molène devra suivre les ventes et le prix moyen effectivement pratiqué.

- En dessous du seuil : la ligne ne couvre pas ses charges affectées.
- Au seuil : elle atteint l'équilibre.
- Au-dessus : elle contribue au résultat, sous réserve de maintenir la marge.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Projet intéressant si la ligne atteint au moins 10 montures vendues par mois au prix et à la marge prévus.

2. Projet de développement commercial

Après l'étude de la rentabilité du magasin et du projet, Monsieur Molène cherche à mesurer l'intérêt commercial d'une ligne de montures françaises et à choisir un prix de vente. Il s'appuie sur un article relatif au marché du Made in France et sur une enquête de prix menée auprès de 500 acheteurs potentiels, puis étudie des actions de communication.

Question 2.1. Énoncer trois arguments commerciaux en faveur du lancement de cette ligne de produits 100 % Made in France.

Trois arguments commerciaux appuient le lancement :

1. La demande est porteuse : 79 % des Français s'intéressent de plus en plus au Made in France, et 70 % des opticiens interrogés constatent un intérêt croissant pour les montures et verres français.
2. Les produits français évoquent la qualité, le savoir-faire et une consommation éthique et responsable, attentes soulignées dans l'annexe 5.
3. Cette ligne soutient les entreprises et l'emploi français, tout en différenciant le magasin. Elle peut aussi renforcer la confiance des clients; 59 % des opticiens interrogés déclarent que leurs clients sont prêts à payer plus cher pour un équipement français.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Demande en hausse, image de qualité et responsable, différenciation du magasin et soutien à l'économie française.

Question 2.2. Calculer le prix psychologique, ou prix d'acceptabilité, de la monture. Présenter les calculs et expliquer le résultat obtenu.

Pour chaque prix, on cumule les réponses « trop chère » jusqu'à ce prix et les réponses « mauvaise qualité » à partir de ce prix. Les acheteurs potentiels sont les 500 personnes interrogées moins ces deux cumuls.

Prix (€)	Trop chère cumulées	Mauvaise qualité cumulées	Acheteurs potentiels
29	0	500	0
69	0	300	200
109	35	190	275
149	80	100	320
199	175	35	290
249	295	0	205
289 et +	500	0	0

Le prix psychologique est celui qui conserve le plus grand nombre d'acheteurs potentiels. Le maximum est atteint à 149 €, prix acceptable pour 320 personnes sur 500.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prix psychologique : 149 €; 320 acheteurs potentiels sur 500, soit 64 %.

Question 2.3. Présenter les limites de la méthode utilisée pour déterminer le prix psychologique.

Le prix psychologique est un indicateur, pas une garantie de ventes : il repose sur des déclarations qui peuvent différer des achats réels. Il dépend aussi de la méthode d'enquête et de la manière dont les questions et les prix sont formulés.

- L'échantillon peut ne pas représenter les futurs clients du magasin.
- Le résultat global ne distingue pas les budgets ni les sensibilités au prix des différents profils.
- La méthode ne mesure ni les prix concurrents ni la rentabilité compte tenu des coûts.

Le prix obtenu doit donc être confronté aux données de marché et aux objectifs de rentabilité.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Indicateur déclaratif à confirmer : il ne garantit pas les achats et ignore les écarts entre clients, les coûts et la concurrence.

Question 2.4. Énoncer quatre autres facteurs qui interviennent dans la détermination du prix de vente du modèle.

Quatre autres facteurs interviennent dans la fixation du prix :

1. Le coût d'achat et les frais associés, qui déterminent la marge nécessaire.
2. Les prix des concurrents et des modèles comparables.
3. La demande, le pouvoir d'achat et la disposition à payer de la clientèle visée.
4. Le positionnement de la monture et l'image que le magasin veut construire : gamme moyenne ou haut de gamme, qualité et savoir-faire.

Le prix retenu doit être cohérent avec ces facteurs et avec la rentabilité attendue.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Coût d'achat et marge, prix concurrents, demande et pouvoir d'achat, positionnement et image du modèle.

Question 2.5. Discuter le choix du publipostage en présentant deux avantages et deux inconvénients.

Le publipostage permet d'adresser une offre ciblée aux clients dont le magasin possède les coordonnées, avec un message personnalisé pour présenter la nouvelle ligne. Les retours ou les visites générées peuvent aider à en mesurer l'efficacité. En revanche, l'impression et l'envoi ont un coût; les courriers peuvent être ignorés ou perçus comme intrusifs. Enfin, cette action touche difficilement les nouveaux prospects, dont les coordonnées ne figurent pas dans le fichier clients. Elle est donc à envisager en complément d'autres moyens de communication.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Avantages : ciblage et personnalisation. Inconvénients : coût d'envoi et difficulté à toucher les nouveaux prospects.

Question 2.6. Proposer quatre autres actions de communication adaptées et justifier vos propositions.

Quatre actions peuvent compléter le publipostage :

- **Vitrine et espace dédié en magasin** : rendent la collection visible et permettent d'expliquer son origine.
- **Site et réseaux sociaux** : diffusent des photos et des informations auprès de nouveaux prospects.
- **Presse locale** : valorise le partenariat avec le créateur et l'ancrage local du magasin.
- **Animation de lancement avec le créateur** : fait découvrir les montures, permet les essais et favorise le dialogue avec la clientèle.

Ces actions associent visibilité en magasin, portée numérique et contact direct.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Vitrine et espace dédié, communication numérique, presse locale, animation de lancement avec le créateur.

3. Forme sociétaire, statut du conjoint et nom d'enseigne

Monsieur Molène souhaite s'associer avec le créateur des montures françaises, faire évoluer son entreprise individuelle et permettre à sa conjointe de participer à l'activité sans être associée. Les partenaires doivent comparer la SAS et la SARL, puis déterminer les précautions à prendre pour protéger le nouveau nom d'enseigne.

Question 3.1. Démontrer que le statut d'entreprise individuelle n'est plus adapté à ce projet.

L'entreprise individuelle est exercée en nom propre et ne permet pas d'accueillir un associé ni de partager avec lui le capital, les décisions et les bénéfices. Or le projet prévoit précisément une association avec le créateur des montures : Monsieur Molène doit donc adopter une forme sociétaire pluripersonnelle, comme la SAS ou la SARL. En 2018, l'entreprise individuelle n'entraîne pas non plus la création d'une personne morale distincte de l'entrepreneur, contrairement à une société.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Pour s'associer avec le créateur et partager le projet, Monsieur Molène doit créer une société pluripersonnelle.

Question 3.2. Comparer les deux statuts juridiques proposés, la SAS et la SARL, selon quatre critères.

Critère	SAS	SARL
Nombre d'associés	Au moins 2, sans maximum légal	De 2 à 100
Responsabilité	Limitée aux apports, en principe	Limitée aux apports, en principe
Direction	Président obligatoire ; organisation largement fixée par les statuts	Un ou plusieurs gérants ; fonctionnement encadré par la loi
Régime social du dirigeant	Président rémunéré assimilé salarié, sans assurance chômage au titre du mandat	Gérant majoritaire travailleur non salarié ; gérant minoritaire ou égalitaire assimilé salarié

Les deux formes permettent d'exercer à plusieurs et protègent en principe le patrimoine personnel des associés, sous réserve notamment des cautions personnelles.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> La SAS et la SARL limitent en principe la responsabilité aux apports ; direction et régime social diffèrent.

Question 3.3. Argumenter en faveur de l'un des deux statuts juridiques proposés.

La SAS est un choix adapté au partenariat entre Monsieur Molène et le créateur. La souplesse des statuts permet de définir précisément la répartition des pouvoirs, les modalités de décision et les conditions d'entrée ou de sortie d'un associé. Les deux partenaires peuvent ainsi organiser leur collaboration selon leurs objectifs. La responsabilité est en principe limitée aux apports. En contrepartie, les statuts doivent être rédigés avec soin pour prévenir les désaccords et prévoir les situations de blocage.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Choix conseillé : la SAS, qui permet d'organiser avec souplesse les pouvoirs et le partenariat entre associés.

Question 3.4. Énumérer les statuts du conjoint auxquels Madame Molène pourra prétendre.

Les statuts envisageables pour la conjointe sont les suivants. Le choix dépend de sa participation réelle et de la forme juridique de l'entreprise :

- **Conjointe salariée** : elle exerce un travail effectif et perçoit une rémunération.
- **Conjointe collaboratrice** : elle participe régulièrement, sans rémunération ni qualité d'associée ; ce statut est notamment possible en SARL sous conditions, dont la gérance majoritaire du conjoint.
- **Conjointe associée** : elle détient des parts et prend part aux décisions, mais ce statut ne correspond pas au souhait exprimé.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les statuts possibles sont conjointe salariée, collaboratrice ou associée ; ce dernier ne correspond pas au souhait indiqué.

Question 3.5. En fonction du type de société choisi, SAS ou SARL, proposer un statut pour la conjointe de Monsieur Molène et justifier votre réponse.

Si les partenaires choisissent la SAS, Madame Molène peut être **conjointe salariée**, car le statut de conjoint collaborateur n'est pas ouvert dans cette forme de société. Elle devra effectuer un travail réel, recevoir une rémunération correspondante et être placée dans un lien de subordination. Elle bénéficiera alors de la protection sociale liée au salariat, sans détenir de parts. Le contrat et les fonctions doivent correspondre à la réalité de son activité dans l'entreprise.

✓ RÉPONSE À RETENIR

En SAS, le statut adapté est celui de conjointe salariée, si les conditions d'un emploi effectif sont réunies.

Question 3.6. Énumérer les démarches à réaliser pour protéger le nom d'enseigne.

Pour sécuriser le nouveau nom, les partenaires doivent distinguer la protection de l'enseigne de celle d'une marque. Ils peuvent procéder ainsi :

1. Vérifier les antériorités et la disponibilité du nom auprès des bases de l'INPI, du registre du commerce et des noms de domaine.
2. Déposer le signe comme marque à l'INPI pour les produits et services concernés, après avoir contrôlé qu'il est disponible.

3. Déclarer le changement d’enseigne auprès du guichet compétent pour la mise à jour de l’immatriculation et des documents de l’entreprise.
4. Réserver le nom de domaine correspondant si nécessaire.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Vérifier les antériorités, déposer la marque à l’INPI et déclarer le changement d’enseigne auprès du registre compétent.

Question 3.7. Conclure sur l’intérêt de cette protection.

Protéger le nom permet de distinguer le magasin et de consolider son identité commerciale. Le dépôt de marque confère un droit exclusif pour les produits et services désignés, sur le territoire couvert, et facilite les recours contre une utilisation imitatrice. L’enseigne bénéficie également d’une protection liée à son usage. Les partenaires doivent donc vérifier les droits antérieurs et, pour la marque, renouveler le dépôt à son échéance afin de maintenir cette protection.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Cette protection sécurise l’identité du magasin, distingue son offre et facilite la défense du nom contre les imitations.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2018)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de BTS Opticien Lunetier, Économie et gestion de l'entreprise – U3, session 2018, code OLECO, dure 3 heures et a un coefficient 5. Elle porte sur le développement d'Optique Molène et le lancement de montures 100 % Made in France. Les compétences évaluées concernent les prévisions, l'analyse des SIG, le seuil de rentabilité, le prix, la communication et les choix juridiques.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- La méthode des moindres carrés ajuste une droite de tendance aux données historiques pour estimer une valeur future.
- Seuil de rentabilité en valeur = charges fixes / taux de marge sur coût variable.
- Le prix psychologique s'obtient en comparant, pour chaque prix, les refus liés au prix jugé trop élevé et ceux liés à une qualité jugée insuffisante.
- La marge commerciale d'une activité de négoce se calcule par les ventes de marchandises moins le coût d'achat des marchandises vendues.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour une prévision, identifier les données annuelles, expliciter la méthode choisie et interpréter le résultat dans son contexte.
- Pour les SIG, présenter les formules et les calculs, puis relier les variations aux postes concernés du compte de résultat.
- Pour un seuil de rentabilité, distinguer charges fixes, taux de marge sur coût variable, valeur, volume et période demandés.
- Pour les questions argumentées, répondre au nombre de critères ou d'exemples exigés et justifier chaque proposition avec les annexes.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment utiliser la méthode des moindres carrés pour prévoir le chiffre d'affaires ?

Attribuez un rang à chaque année, calculez la droite de tendance y = ax + b à partir des données historiques, puis remplacez x par le rang de 2018. Présentez les étapes et interprétez la prévision avec prudence.

Q : Comment établir un seuil de rentabilité en valeur puis en volume ?

Calculez d'abord le taux de marge sur coût variable, puis divisez les charges fixes par ce taux pour obtenir le seuil en valeur. Pour le volume, divisez ce seuil par le prix de vente unitaire et adaptez-le à la période demandée.

Q : Comment organiser son temps et tenir compte du barème de cette épreuve ?

L'épreuve dure 3 heures. Les dossiers 1, 2 et 3 valent respectivement 35, 30 et 30 points, auxquels s'ajoutent 5 points de forme. Répartissez le temps selon les points et gardez un temps de relecture.

Q : Que valorise le jury dans les réponses de gestion et de droit ?

Le jury attend des calculs lisibles, des résultats accompagnés de leurs unités et des conclusions reliées au contexte. Pour les questions de droit ou de stratégie, comparez selon les critères demandés et justifiez les choix avec des éléments pertinents.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsol.fr/assets/annales/bts-ol/E3 - Economie et gestion de l'entreprise/2018/BTS OL - E3 - Economie et gestion de l'entreprise - Session 2018 - 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.