

BTS OPTICIEN LUNETIER

ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE – U3

Session 2023

Durée : 3 heures
Coefficient : 5

Matériel autorisé

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 14 pages, numérotées de 1/14 à 14/14.

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2023
U3 - Économie et gestion de l'entreprise	Code : 23OLECO	Page 1/14

SOMMAIRE

Liste des annexes

Annexe 1- Le marché des équipements optiques de sport	7-8
Annexe 2- Bourg-Saint-Maurice et son environnement.....	9
Annexe 3- Données chiffrées sur la zone de chalandise de Bourg-Saint-Maurice.....	10
Annexe 4- Données sur la paire de lunettes solaires VTT	10
Annexe 5- Annonce vente d'un fonds de commerce à Bourg-Saint-Maurice	11
Annexe 6- Pourquoi créer une SASU ?.....	12
Annexe 7- Informations concernant l'espace « optique de sport »	12
Annexe 8- Informations relatives à l'acquisition de la colonne de prise de mesures.....	13
Annexe 9- Données chiffrées pour l'élaboration du budget de trésorerie	13-14

BARÈME INDICATIF SUR 100 POINTS

Dossier 1 - Étude commerciale du projet d'équipement d'optique de sport et stratégie de communication	(35 points)
Dossier 2 - Projet de rachat d'un fonds de commerce et choix de la structure juridique	(25 points)
Dossier 3 - Rentabilité et financement du projet l'équipement d'optique de sport	(35 points)
Forme (présentation, orthographe)	5 points

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2023
U3 - Économie et gestion de l'entreprise	Code : 23OLECO	Page 2/14

« Charlot' Optique »

Charlotte Alaboute a obtenu son BTS Opticien Lunetier en 2015 et est titulaire d'une licence professionnelle d'optique.

Elle a travaillé durant 5 années en tant que salariée dans un magasin d'optique situé dans la région parisienne. Cette expérience lui a permis d'acquérir des compétences relationnelles, commerciales et managériales.

Suite au contexte sanitaire généré par la crise de la COVID-19, elle a récemment déménagé pour s'installer à Bourg-Saint-Maurice, une commune française située en Savoie. Cette région lui convient particulièrement puisque Charlotte est passionnée de sport et notamment de sport de montagne, qu'elle pratique régulièrement durant ses vacances.

À son arrivée à Bourg-Saint-Maurice, Charlotte a trouvé un emploi chez le seul ophtalmologiste de Bourg-Saint-Maurice, pour le compte duquel elle réalise des examens de vue.

Aujourd'hui, elle projette de racheter un fonds de commerce d'optique à Bourg-Saint-Maurice afin de développer sa propre activité d'optique et de proposer notamment une offre liée aux équipements d'optique sportifs. En effet, la vallée de la Tarentaise est connue pour ses célèbres stations de ski (La Plagne, Les Arcs, ...). Cette région attire régulièrement des touristes qui viennent l'hiver pour pratiquer des sports de montagne divers (ski, raquette, randonnées, ...) mais aussi l'été pour pratiquer la randonnée, le VTT, ..., et profiter de l'air pur alpin.

Son projet pourrait voir le jour en janvier 2024.

Dossier 1 - Étude commerciale du projet d'équipement d'optique de sport et stratégie de communication (annexes 1 à 4)

Charlotte Alaboute s'intéresse au potentiel que représente le développement des activités sportives estivales de montagne. La crise liée à la situation sanitaire a en effet incité les professionnels du tourisme à développer ce type d'activité de plein air dans un environnement perçu comme plus protégé et plus sain. Charlotte Alaboute y voit donc l'opportunité de conjuguer ses deux passions, à savoir le sport et l'optique.

Elle vous demande de l'accompagner dans sa réflexion sur la faisabilité de ce projet.

En vous appuyant sur vos connaissances et sur les documents joints en annexes, vous répondrez aux questions suivantes.

1.1. **Présenter** trois opportunités et trois menaces relatives au marché de l'optique de sport.

1.2. **Identifier** les points forts et les limites au développement d'une activité d'optique de sport à Bourg-Saint-Maurice.

Charlotte souhaite développer les équipements sportifs solaires. Elle s'intéresse particulièrement à un produit qui pourrait constituer la base de son assortiment, la paire solaire de VTT. En effet le VTT est la deuxième activité sportive la plus pratiquée par les Français.

1.3. **Déterminer** le prix de vente unitaire public de la paire de solaires VTT que Charlotte peut proposer à sa clientèle.

1.4. **Calculer** le taux de marque de la paire solaire de VTT.

1.5. **Commenter** les résultats obtenus.

Le magasin que Charlotte a repéré adhère depuis de nombreuses années à un groupement coopératif. Elle s'interroge sur l'intérêt pour elle de continuer à y adhérer.

De plus, si Charlotte s'engage dans la reprise de ce magasin, elle devra communiquer sur le changement de propriétaire et attirer une clientèle touristique multisport, été comme hiver. Consciente que cette stratégie de communication est indispensable, elle souhaite cependant limiter le coût de cet investissement.

1.6. **Analyser** l'opportunité pour Charlotte de maintenir son adhésion au groupement coopératif, en présentant les avantages et inconvénients de cette forme de commerce.

1.7. **Proposer** une action de communication pertinente :

- pour annoncer le changement de propriétaire ;
- pour attirer une clientèle touristique multisport.

Justifier vos choix.

1.1)

Marché de l'optique du sport :

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> 83% des français possèdent un équipement solaire, ce qui montre qu'il y aura de la demande et donc un Chiffre d'Affaires qui va augmenter Le marché des articles de sport ne font que croître (7 années de croissance continue), ce qui va augmenter le CA Les lunettes de sport font partie de la tendance actuelle "lifestyle" ce qui ferait apporter plus de clientèle et donc une augmentation du CA 	<ul style="list-style-type: none"> Près de la moitié des jeunes n'achètent pas leurs solaires chez l'opticien, ce qui pourrait montrer une faible demande et donc une baisse du CA Avec des lunettes sportives, l'équipement aura un coût plus élevé qu'un équipement basique, ce qui peut freiner la clientèle et donc diminuer le CA L'esthétique peut ne pas satisfaire la clientèle ce qui ferait baisser le CA car il s'agit d'un critère de choix important

1.2)

Copyright © MaudOptical

Le développement d'une activité d'optique de sport à Bourg-Saint-Maurice :

Points Forts	Limites
<ul style="list-style-type: none"> La ville se situe en altitude (840 m) et le point culminant aussi (3816 m) ce qui va être un point fort car la clientèle sera forcément en demande de lunettes de sport pour avoir un équipement adapté à leurs besoins visuels La ville est bien placée, elle n'est pas loin de l'Italie et au coeur de la vallée, il y aura donc beaucoup de passage La ville est attractive, elle propose différents sports, ce qui fera venir beaucoup de touristes et donc de clients potentiels. 	<ul style="list-style-type: none"> Dans la ville, il y a 4 opticiens, ce qui va faire de la concurrence Un seul ophtalmologiste est implanté dans la ville et les autres se situent à plus de 60 km ; ce qui montre que les clients vont avoir des délais plus long Durant les saisons qui sont ni estivales ni hivernales, la ville n'offre pas l'accès au funiculaire

1.3)

PV unitaire TTC = ?

$$\begin{aligned} \text{PA HT} &= 35\text{€} + 54\text{€} = 89\text{€} \\ \text{CM} &= 2,5 \end{aligned}$$

$$\text{CM} = \frac{\text{PV TTC}}{\text{PA HT}} \Rightarrow \begin{aligned} \text{PV TTC} &= \text{CM} \times \text{PA HT} \\ \text{PV TTC} &= 2,5 \times 89 \\ \text{PV TTC} &= 222,5 \text{ €} \end{aligned}$$

taux de marque profession = 57,10%

1.4)

$$\text{taux de marque} = \frac{\text{MB}}{\text{PV HT}} \times 100$$

$$\text{taux de marque} = \frac{96,42}{185,42} \times 100$$

$$\text{PV HT} = \frac{222,5}{1,2} = 185,42 \text{ €}$$

$$\text{taux de marque} = 52 \%$$

$$\text{MB} = \text{PV HT} - \text{PA HT}$$

$$\begin{aligned} \text{MB} &= 185,42 - 89 \\ \text{MB} &= 96,42 \text{ €} \end{aligned}$$

1.5) Commentaire :

Son prix de vente (PV) est < au panier moyen

Son taux de marque est < au taux moyen

Le coefficient avec un taux de marque de 57,10 % serait de 2,8.

Son coût d'achat à 89 € HT est plus bas que la moyenne, car le panier moyen est de 350 € TTC et le CM de 2,8. Le coût d'achat (CAMV) serait de $350 \div 2,8$ qui est égal à 125 € HT

1.6)

La coopérative

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• Chaque opticien à son mot à dire ; liberté de votes• Ce n'est pas obligatoire de respecter les offres commerciales• Bénéficie d'une assistance, de la notoriété• Bénéficie de la zone d'exclusivité territoriale• Centrale d'achat	<ul style="list-style-type: none">• Obligation de respecter l'agencement• Coûteux : payer des redevances annuelles• Surface de vente minimale souvent exigée• Moins d'autonomie qu'un indépendant• Obligation d'acheter une participation dans le capital

1.7)

Copyright © MaudOptical

--> Publipostage adressée car cela serait rapide et efficace.

- Moins coûteux qu'une campagne publicitaire

- Ça va permettre de prévenir efficacement le changement de propriétaire tout en proposant le nouveau concept

- Cela touche tout type de clientèle : peu importe l'âge, contrairement aux réseaux sociaux

--> Communication sur le site internet pour attirer les touristes

Dossier 2 - Projet de rachat d'un fonds de commerce et choix de la structure juridique (annexes 5 et 6)

Charlotte a pris connaissance des éléments relatifs à la vente du fonds de commerce repéré à Bourg-Saint-Maurice.

Lors de la lecture de l'annonce, elle identifie des éléments qui l'interpellent (le prix, la constitution de ce fonds). De plus, l'annonce mentionne l'existence d'un contrat de travail en cours dont la période d'essai est expirée. Charlotte vous demande donc de l'éclairer sur ces différents points.

- 2.1. **Rappeler** à Charlotte les éléments constitutifs du fonds de commerce.
- 2.2. **Exposer** à Charlotte les critères de fixation du prix du fonds de commerce.
- 2.3. **Indiquer** si le bailleur est en droit de procéder à cette augmentation du loyer.
- 2.4. **Expliquer** à Charlotte les conséquences du rachat du fonds de commerce sur le contrat de travail du salarié actuellement en poste dans le magasin.
- 2.5. **Apprécier** le prix du fonds de commerce demandé par le vendeur.

Charlotte s'interroge enfin sur le statut juridique de sa future entreprise. Elle ne souhaite pas s'associer et veut bénéficier d'une protection sociale en cas de besoin. Elle est par ailleurs célibataire et n'a pas d'enfant. Les statuts de l'EURL et de la SASU lui semblent appropriés mais elle ne sait pas lequel privilégier.

- 2.6. **Présenter** cinq caractéristiques pour chacun de ces deux statuts juridiques.
- 2.7. **Proposer** la forme juridique qui vous semble la plus pertinente pour l'activité de Charlotte. **Justifier** votre réponse.

SUJET 2023 - Économie et Gestion de l'Entreprise - Dossier 2 : DROIT @maudoptical

2-1) Le Fond de Commerce est constitué d'éléments corporels et incorporels. C'est à dire la clientèle, le matériel, les outils, l'agencement, le stock, les contrats...

2-2) Les critères de fixation de prix du Fond de Commerce dépendent du CA, de l'EBE, des immobilisations, de la surface et du stock

2-3) Oui, le bailleur est en droit de procéder à une augmentation de loyer : le loyer peut être révisé tous les 3 ans

2-4) En achetant le fond de commerce, charlotte devra garder le salarié, elle ne pourra pas le licencier

2-5) Le prix du fond de commerce (300 000€) ici représente 86,96% du CA annuel moyen sur 3 ans HT (345 000€). Et le stock est cédé à moitié prix soit de 70 000€ à 35 000€.

Copyright © MaudOptical

2-6)

Les statuts juridiques EURL et SASU sont différents :

	EURL	SASU
Nombre d'Associés	unique	unique
Responsabilité	limitée aux apports	limitée aux apports
Statut Fiscal	IRPP option possible IS	IRPP option possible IS
Statut Social	Travailleur non Salarié	Assimilé à un salarié
Capital	1€ minimum, capital libre	1€ minimum, capital libre

2-7) La forme juridique, qui me semble la plus pertinente est la SASU car :

Avec l'EURL, Charlotte sera travailleur non salarié et donc affiliée au régime social des indépendants.

En SASU, elle sera assimilée salariée, ce qui lui donne droit au régime général de la sécurité sociale ce qui est plus protecteur que le régime social des indépendants

La SASU semble plus convenable pour Charlotte puisqu'elle souhaite une bonne protection sociale.

DOSSIER 3 - Rentabilité et financement du projet l'équipement d'optique de sport (annexes 7 à 9)

Toujours dans le cadre de son projet d'acquisition du fonds de commerce, Charlotte souhaite étudier la possibilité de mettre en place un rayon dédié aux équipements sportifs optiques, ce qui implique des coûts qu'elle doit prendre en compte. L'idée de prévoir dans son magasin un espace pour les équipements optiques de sport (une dizaine de m²) lui semble pertinente et lui permettrait de se démarquer de ses concurrents qui ont très peu exploité cette orientation.

Elle s'interroge de ce fait sur la rentabilité de cet espace dédié et veut en estimer le seuil de rentabilité. Elle vous demande de l'accompagner dans ce travail.

3.1. **Calculer** le seuil de rentabilité du rayon optique de sport.

3.2. **Apprécier** la rentabilité de ce projet.

Les équipements sportifs adaptés à la vue impliquent des prises de mesures spécifiques. Charlotte envisage alors d'investir dans une colonne qui lui permettra de prendre des mesures plus précises pour adapter des verres ophtalmiques sur les équipements sportifs. Ce projet serait autofinancé.

3.3. **Dresser** le plan d'amortissement de la colonne (calculs arrondis à l'euro le plus proche).

3.4. **Expliquer** les incidences comptables et fiscales de l'amortissement de la colonne de prise de mesures sur le compte de résultat et le bilan comptable.

En prévision de l'acquisition de la colonne et des aménagements qu'elle devra apporter, elle a commencé à établir un budget de trésorerie pour les premiers mois d'ouverture. Elle vous demande de l'aider à le finaliser.

3.5. **Déduire** à partir des budgets d'encaissement et de décaissement les conditions de règlement accordées aux clients et celles négociées avec le fournisseur de la colonne. **Justifier** vos réponses.

3.6. **Expliquer** pourquoi les dotations aux amortissements ne sont pas intégrées dans le budget de trésorerie.

3.7. **Établir** le budget de trésorerie en intégrant les calculs de la TVA à décaisser pour les mois de mars, avril et mai.

3.8. **Indiquer** à Charlotte les conséquences de l'autofinancement de la colonne sur sa trésorerie prévisionnelle.

3.9. **Proposer** des solutions alternatives pour le financement de cet équipement.

SUJET 2023 - Économie et Gestion de l'Entreprise - Dossier 3 : COMPTABILITÉ

@maudoptical

PARTIE 1

3)1) TMCV = 55%

$$\text{SR en valeur} = \frac{\text{Charges Fixes}}{\text{TMCV}} = \frac{15\,750}{55\%} \approx 28\,636,36\text{€}$$

car les charges fixes sont:

Surface du rayon : 10m^2

$$\text{Charges du personnel} : \frac{10 \times 86\,000}{120} = 5\,750\text{€}$$

$$\text{Charges Fixes} = 5\,750 + 7\,166,67 + 2\,833,33 = \mathbf{15\,750\text{€}}$$

$$\text{Charges externes} : \frac{10 \times 86\,000}{120} = 7\,166,67\text{€}$$

$$\text{Autres charges de structure} : \frac{10 \times 34\,000}{120} = 2\,833,33\text{€}$$

Corrigé proposé par MaudOptical

3)2) Ce qui veut dire que pour un CA HT prévisionnel de 27 600 €, l'entreprise commencera à être rentable au bout de 28 636,36€, à réaliser du bénéfice. Donc ce projet n'est pas rentable.

Libellés	Calculs	% CA HT
CA	27 600	100%
- Charges Variables	12 420	45%
= M/CV	15 180	55%
- Charges Fixes	15 750	
= Résultat/ Marge nette	-570	

énoncé

$$\text{car } 345\,000 \times 8\% = 27\,600$$

$$\text{car } 100\% - 55\% = 45\%$$

$$\text{car } 27\,600 \times \frac{45}{100} = 12\,420$$

Copyright © MaudOptical

Linéaire :

- base identique chaque années
- 5 lignes pour 4 années

3)3) base = 13 000 - 1 000 = 12 000

car du 20/03/2024 au 30/12/2024 il y a 10 jours et 9 mois donc $10 + (9 \times 30) = 280$

Années	Base	Annuités	Cumul Annuités	VCN
20/03/2024 30/12/2024	12 000	$12\,000 \times \frac{1}{4} \times \frac{280}{360} = 2\,333$	2 333	$13\,000 - 2\,333 = 10\,667$
01/01/2025 30/12/2025	12 000	$12\,000 \times \frac{1}{4} = 3\,000$	$3\,000 + 2\,333 = 5\,333$	$13\,000 - 5\,333 = 7\,667$
01/01/2026 30/12/2026	12 000	$12\,000 \times \frac{1}{4} = 3\,000$	$3\,000 + 5\,333 = 8\,333$	$13\,000 - 8\,333 = 4\,667$
01/01/2027 30/12/2027	12 000	$12\,000 \times \frac{1}{4} = 3\,000$	$3\,000 + 8\,333 = 11\,333$	$13\,000 - 11\,333 = 1\,667$
01/01/2028 20/03/2028	12 000	$12\,000 \times \frac{1}{4} \times \frac{80}{360} = 667$	$667 + 11\,333 = 12\,000$	$13\,000 - 12\,000 = 1\,000$

20 + (2 x 30) → 80 jours

SUJET 2023 - Économie et Gestion de l'Entreprise - Dossier 3 : COMPTABILITÉ

@maudoptical

PARTIE 2

3)4) Les incidences, comptables et fiscales de l'amortissement sont :

- **Sur le compte résultat** : la DAP augmente les charges d'exploitations, ce qui va diminuer le résultat et donc faire une économie d'IS
- **Sur le bilan comptable** : une diminution de résultat va diminuer les capitaux propres. L'amortissement s'inscrit dans la colonne A & P, ce qui va faire baisser la valeur de l'immobilisation. Il y aura donc une baisse du patrimoine.

3)5) Budget d'encaissement : Les clients payent en trois fois à parts égales :

- 8 050€ en Mars
- 8 050€ en Avril
- 8 050€ en Mai

--> La somme des trois encaissements correspond aux ventes TTC 24 150 €.

Corrigé proposé par MaudOptical

Budget de décaissement : Les clients payent en deux fois en parts inégales :

- 5 200€ en Mars
- 10 400€ en Mai

--> La somme des deux versements ramenés en HT correspond aux 13 000€ HT du coût d'achat de la colonne.
 $(10400+5200)/2 = 13\ 000€$

3)6) Les dotations aux amortissements ne sont pas intégrées dans le budget de trésorerie, car il s'agit d'une charge non décaissable, non déductible.

3)7)

Budget de TVA :

	Mars	Avril	Mai
(ventes HT avec TVA) TVA collectée sur les ventes	20 125 x 0,2 = 4 025	20 125 x 0,2 = 4 025	20 125 x 0,2 = 4 025
-			
(Achats HT avec TVA + services extérieurs ou autre charges externes HT) TVA déductible sur les biens & services	2 300 (c'était accepté aussi sans l'arrondi) $(6900 \times 0,20) + (4765 \times 0,20) = 1380 + 953 = 2333$ $= 2\ 300$	2 300	2 300
- Charges Externes	(annexe) $(1560/1,2) \times 0,2 = 260$	260	260
- TVA déductible sur immo	2 600		
- Crédit de TVA	1 250 (annexe)	2 385	920
= TVA due	car = -2385 $(4025-2300-260-2600-1250)$ 0	car = -920 $(4025-2300-260-2385)$ 0	545
Total décaissement	0	0	0

Budget des encaissements :

Copyright © MaudOptical

	Mars	Avril	Mai
Créances Clients	1 500		
+ Ventes TTC Mars	8 050	8 050	8 050
+ Ventes TTC Avril		8 050	8 050
+ Ventes TTC Mai			8 050
= TOTAL	9 550	16 100	24 150

SUJET 2023 - Économie et Gestion de l'Entreprise - Dossier 3 : COMPTABILITÉ

@maudoptical

PARTIE 3

Budget des décaissements :

	Mars	Avril	Mai
Total décaissement	0	0	0
+ Dettes fournisseurs	5 400		
+ Paiement colonne	5 200		10 400
+ Achats TTC Mars	6 900	6 900	
+ Achats TTC Avril		6 900	6 900
+ Achats TTC Mai			6 900
+ Charges du personnel	5 760	5 760	5 760
+ Charges Externes	6 325	6 325	6 325
= TOTAL	29 585	25 885	36 285

Budget de trésorerie :

Copyright © MaudOptical

	Mars	Avril	Mai
Trésorerie Initiale	2 404	-17 631	-27 416
+ Total encaissements	9 550	16 100	24 150
- Total décaissements	29 585	25 885	36 285
= Trésorerie Finale	-17 631	-27 416	-39 551

trésorerie initiale = compte 512 + compte 53 = 2050+354 = 2402

3)8)

Les conséquences de l'autofinancement seront :

- Trésorerie négative : donc un déséquilibre financier.
- Cette trésorerie est de plus en plus négative.
- On peut voir que le total décaissements est super au total des encaissements.
- Il faudra négocier les prix d'achats chez les fournisseurs, faire une gestion du stock à flux tendu ou réaliser un emprunt.

3)9)

Comme solutions alternatives de financement :

- L'emprunt
- L'apport en capital

Corrigé proposé par MaudOptical

Annexe 1- Le marché des équipements optiques de sport

Selon le dernier baromètre de la santé visuelle publié par l'Asnav (Association nationale pour l'amélioration de la vue) réalisé par OpinionWay, près de la moitié des jeunes n'achètent pas leurs solaires chez l'opticien.

Aujourd'hui 83% des Français possèdent un équipement solaire (+ 4 points par rapport à 2016). Presque trois quarts d'entre eux (72%) ont acheté leurs dernières lunettes de soleil chez l'opticien. Le premier critère de choix est l'esthétique (pour 52% des sondés) devant la protection UV (40%). Les autres critères arrivent loin derrière. Il s'agit de la qualité (14%) et de la marque (11%). Le conseil d'un vendeur arrive en fin de liste cité seulement par 2% des porteurs de solaires. Or cette dimension conseil doit absolument être travaillée dans les magasins d'optique qui, dans le cas contraire, risquent de voir leur CA fondre dangereusement. En effet, 78% des 16-24 ans ont des lunettes de soleil et seule la moitié d'entre eux (52%) les ont achetées chez l'opticien : 18% se sont fournis dans un magasin de prêt à porter, 11% dans un magasin de sport, 7% dans un supermarché/hypermarché et 5 % sur internet.

29 millions de sportifs et un potentiel en pleine croissance !

Le top 5 des sports les plus pratiqués par les Français



Les chiffres à retenir

Le marché des articles de sport c'est :

€ **11,3 milliards €** en 2017

↗ **7 années** de croissance continue

Les tendances

2 phénomènes à prendre en compte :

- la féminisation des pratiques et des produits. De nombreux lunetiers proposent des modèles plus féminins, autant en termes de designs que de couleurs.

- les lunettes « lifestyle » avec toutes les caractéristiques techniques adaptées à la pratique du sport (légèreté, résistance, galbe ...) alliées à un design très urbain et moderne.

Le potentiel du marché

Aujourd'hui, près d'1 Français sur 2 pratique une activité sportive au moins une fois par semaine ! Un chiffre qui ne cesse de croître d'années en années, tout comme le chiffre d'affaires global du marché des articles de sport, en hausse continue depuis 7 ans. Parmi eux se trouvent un potentiel d'amétropes à équiper, dont de plus en plus de femmes et de seniors. Ainsi, sur les 29 millions de sportifs réguliers, 14 millions sont aujourd'hui des femmes ! De plus, la génération des baby-boomers ont le temps et un pouvoir d'achat suffisant pour pratiquer du sport. Ils sont également réceptifs aux notions de bien-être et de santé liées au sport et vont représenter un fort levier de croissance dans les années à venir.

Et dans vos magasins ?

Dans le contexte de réformes réglementaires qui touche notre secteur, travailler le segment du sport peut se révéler un atout de taille. Vendre des équipements optiques et solaires de sport reste un moyen de proposer des produits à forte valeur ajoutée tout en s'affranchissant des problématiques de reste à charge. L'équipement de sport est avant tout un achat plaisir, où la notion de prix importe peu si votre client trouve le produit qui correspond exactement à ses besoins et à ses attentes. Enfin, les "jeunes générations de seniors", qui continuent à pratiquer du sport de manière régulière, représente un potentiel à ne pas négliger. Souvent équipés en progressifs, c'est chez vous qu'ils viendront chercher une lunette (soit ou non) à la vue et adaptée à leurs besoins. ♦

Source : Source : L'OL février 2021

Annexe 2 – Bourg-Saint-Maurice et son environnement



Bourg-Saint-Maurice



Le funiculaire de Bourg-Saint-Maurice

Bourg-Saint-Maurice est une commune française située dans la vallée de la Tarentaise, dans le département de la Savoie en région Auvergne-Rhône-Alpes. La ville se situe à 840 mètres d'altitude, au bord de l'Isère. Le point culminant de la commune se situe à l'Aiguille des Glaciers à 3 816 mètres d'altitude.

Pôle d'attraction de la vallée et en lien direct avec Les Arcs, Bourg-Saint-Maurice est une ville qui compte de nombreux commerces, restaurants, hôtels et services. Des vacances stratégiques puisque vous serez au cœur de la vallée avec un accès direct aux différents cols d'altitude et à quelques kilomètres de l'Italie.

Pour ceux qui rêvent d'altitude, le funiculaire permet d'accéder en seulement quelques minutes aux Arcs... le moyen idéal pour rejoindre le domaine skiable rapidement.

Tout l'été, le terroir est mis à l'honneur avec de nombreux marchés et la place belle à l'artisanat local. La ville propose différents sports depuis la vallée avec notamment l'eau vive, pratiquée à quelques minutes du centre-ville : rafting, canoë, hydro speed, VTT, ...

L'essentiel des transports collectifs est assuré par la SNCF depuis sa gare terminus de la ligne de la Tarentaise et par les autocars.

Un service de navettes gratuites est proposé pendant la saison hivernale d'ouverture de la station des Arcs entre les différentes stations : « Arc 1600 », « Arc 1800 », « Arc 1950 » et « Arc 2000 ».

Le funiculaire Les Arcs' express est en service pendant les saisons hivernales (de décembre à avril) et estivales (juillet et août). Il relie Bourg-Saint-Maurice aux Arcs par Montrigon et Les Granges. Bourg-Saint-Maurice compte quatre opticiens dont deux indépendants et deux sous enseigne. Un seul ophtalmologiste est implanté en plein centre-ville et les autres se situent à plus de 60 kilomètre de Bourg-Saint-Maurice.

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 3 - Données chiffrées sur la zone de chalandise de Bourg-Saint-Maurice

- Nombre d'habitants de la zone primaire : 7 228
- Nombre d'habitants de la zone secondaire : 9 906
- Nombre d'habitants de la zone tertiaire : 94 605
- Taux de porteurs de lunettes : 65 %
- Fréquence de renouvellement : 3 ans
- Panier moyen : 380 euros
- Indice de Richesse Vive (IRV) : 0,90
- Taux d'emprise :
 - zone primaire : 20 % ;
 - zone secondaire : 10 % ;
 - zone tertiaire : 1,6 %.
- Taux d'évasion : 6 %
- Taux d'invasion : 20 %

Source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques>

Annexe 4 - Données sur la paire de lunettes solaires VTT

Achat de la monture	35 euros HT
Achat des deux verres unifocaux HT	54 euros HT les 2
Coefficient multiplicateur	2,5
Taux de marque moyen de la profession pour un équipement solaire adapté à la vue	57,10%

Le prix de vente public moyen d'un équipement solaire sportif adapté à la vue est de 350 euros TTC.

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 5 - Annonce vente d'un fonds de commerce à Bourg-Saint-Maurice



Au plein cœur du centre-ville de Bourg-Saint-Maurice. Dans un bâtiment récemment rénové. Superbe affaire exploitée avec un bail commercial signé le 2 janvier 2009. 10 m de façade vitrée, 120 m² de surface commerciale et technique. Matériel complet et agencement en parfait état. Rentabilité assurée. Clientèle fidélisée. Grand potentiel pour repreneur ambitieux et dynamique. Cession cause retraite. Le magasin adhère depuis de nombreuses années à un groupement coopératif.

Chiffre d'affaires annuel moyen sur 3 ans : 345 000 € HT.

Effectif : un salarié en contrat à durée indéterminée

Loyer annuel de 12 240 € HT soit un loyer mensuel de 1 020 € HT qui sera revu au 2 janvier 2024.

Stock comptable : 70 000 € (cédé à moitié prix).

Prix du fonds de commerce HT : 300 000 €

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 6 - Pourquoi créer une SASU ?

Une SASU est une société unipersonnelle qui s'adapte à des profils entrepreneuriaux diversifiés et l'exercice de nombreuses activités. Cette structure vous permet également de vous lancer seul. Toutefois, l'EURL vous le permet également !

Les règles d'organisation et de fonctionnement peuvent être entièrement définies dans les statuts de la SASU. Une seule règle obligatoire : désigner un président de SASU. Ce dernier peut être l'actionnaire unique de la SASU ou un tiers.

Le président est rattaché au régime général de la Sécurité sociale [...]. Ce régime est donc très protecteur. Attention, une meilleure couverture sociale entraîne toutefois une augmentation des cotisations de la société.

Votre responsabilité n'est pas un sujet à mettre de côté. Les créanciers ne peuvent donc saisir que le patrimoine de votre SASU et non le vôtre.

Source : capital.fr juin 2021

Annexe 7- Informations concernant l'espace « optique de sport »

Chiffre d'affaires prévisionnel HT : 345 000 €

Chiffre d'affaires prévisionnel du rayon = 8% de CA HT total

Surface totale du point de vente : 120 m²

Surface du rayon « Optique de sport » : 10 m²

Le taux de marge sur coût variable de l'optique de sport est estimé à 55%.

Charges fixes prévisionnelles du point de vente en € pour 120 m ²	
Charges de personnel	69 000
Charges externes	86 000
Autres charges de structure	34 000

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 8 - Informations relatives à l'acquisition de la colonne de prise de mesures

Mode de financement	Autofinancement
Mode d'amortissement	Linéaire sur 4 ans
Coût d'achat	13 000 € HT
Valeur résiduelle	1 000 € HT
Mise en service	20/03/2024

L'exercice comptable coïncide avec l'année civile.

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 9 - Données chiffrées pour l'élaboration du budget de trésorerie (en euros)

Extrait de la balance au 28.02.2024

N° de compte	Libellé	Débit	Crédit
401	Fournisseurs		5400
411	Clients	1500	
44567	Crédit de TVA	1 250	
512	Banque	2 050	
531	Caisse	354	

Budget des encaissements

	Mars	Avril	Mai
Créances clients	1 500		
Ventes de mars	8 050	8 050	8 050
Ventes d'avril		8 050	8 050
Ventes de mai			8 050

Les ventes mensuelles prévisionnelles HT se montent à 20 125 euros.

Extrait du budget des décaissements

	Mars	Avril	Mai
Dettes Fournisseurs	5 400		
Paiement de la colonne	5 200		10 400
Achats Mars	6 900	6 900	
Achats Avril		6 900	6 900
Achats Mai			6 900
Charges de personnel	5 760	5 760	5 760
Charges externes *	6 325	6 325	6 325

* Les charges externes se répartissent comme suit :

- 1560 euros de charges TTC ;
- 4765 euros de charges non soumises à la TVA.

Source : les auteurs pour les besoins du sujet