

BTS Opticien-lunetier

2001

ECONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE

Deux amis opticiens, Monsieur Vériste et Monsieur Buipeau, envisagent, après plusieurs années d'expérience professionnelle, de créer leur propre magasin d'optique.

Après plusieurs mois de recherche, ils décident d'acheter un fonds de commerce à Aurillac (Auvergne), ville de 35 000 habitants et préfecture du Cantal, département qui compte 85 000 habitants répartis sur 35 communes.

Au delà des raisons personnelles, c'est le potentiel commercial qui a justifié le choix de Monsieur Vériste et Monsieur Buipeau car Aurillac est le principal pôle d'attraction commercial de ce département. La part des plus de 45 ans est prépondérante, mais le Cantal et son Chef-Lieu Aurillac attirent également de nombreux touristes.

Pour faciliter cette implantation, vous devez répondre aux questions soulevées dans les dossiers suivants :

Dossier 1 : Rachat d'un fonds de commerce.

Dossier 2 : Adhésion à une centrale d'achat ou à un groupement coopératif.

Dossier 3 : Action de communication commerciale.

Dossier 1 : Rachat d'un fonds de commerce.

1-1 L'attention de Monsieur Vériste et Monsieur Buipeau a été attirée par l'annonce de vente du fonds de commerce de Monsieur Taron. Ils ont alors pris rendez-vous et ont obtenu des renseignements complémentaires.

AURILLAC : Urgent. Cause retraite, vends fonds d'optique.
Très bon emplacement en plein centre ville, point de vente informatisé et belle clientèle.
Loyer faible. CA99 1,2 MF HT. Prix 800 000 francs.

Lors de la visite, les renseignements suivants ont été obtenus de Monsieur Taron, le vendeur :

- Fonds de commerce créé en 1970. renouvellement de bail récent (2 ans)
- Surface de vente 65m², atelier 12m², dépendances 20m² (bureau, stock)
- Proximité 6 ophtalmologistes
- Concurrents : 10 opticiens (4 indépendants, 2 enseignes, 3 franchises, 1 centre d'optique mutualiste)
- CA annuel moyen HT sur 3 ans : 1,2 MF HT
- Clientèle fidèle, presbyte à 55% et familiale. Possibilité de développement d'activités solaires voire de sport car région touristique.
- Point de vente informatisé récemment, agencement datant de 9 ans.

Monsieur Taron concède ne pas avoir développé le chiffre d'affaires de son point de vente ces trois dernières années pour des raisons de santé mais souligne le potentiel commercial existant sur l'ensemble du département.

A la suite de leur visite, les deux opticiens se posent un certain nombre de questions.

Quelle serait leur situation par rapport au propriétaire du local commercial ? Bénéficieraient-ils d'un droit à renouvellement du bail au même titre que M. Taron ? Justifiez votre réponse.

1-2 Vous disposez des informations suivantes :

- le fonds de commerce est situé 13 rue de la République
- Monsieur Vériste apporte un capital de 252 000 francs
- Monsieur Buipeau apporte un capital de 148 000 francs
- la valeur nominale de la part sociale est de 100 francs
- le gérant de la SARL sera Monsieur Vériste

Complétez le projet de statut de la SARL "Clair Vision" (annexe 1) à rendre avec la copie.

Dossier 2 : Adhésion à une centrale d'achat ou à un groupement coopératif.

2-1 Monsieur Vériste et Monsieur Buipeau s'interrogent sur l'opportunité d'adhérer à une centrale de référencement et de paiement, voire à un groupement coopératif avec enseigne.

A l'aide de l'annexe 2, effectuez dans un tableau conforme au modèle ci-dessous, une analyse comparative de chacun des deux systèmes au niveau juridique (obligations contractuelles), financier et commercial (obligations commerciales). Pour chacun des points, vous comparerez le niveau d'obligations, les avantages et les inconvénients des deux systèmes.

Systèmes	Comparatif des aspects juridiques	Comparatif des aspects financiers	Comparatif au niveau commercial
	<ul style="list-style-type: none"> • conditions d'entrée • statut juridique • conditions de sortie • autonomie de l'opticien • services proposés 	<ul style="list-style-type: none"> • investissement initial • frais annuels • conditions de paiement 	<ul style="list-style-type: none"> • politique commerciale et cible • politique de prix • approvisionnement • dynamique du réseau

2-2 Monsieur Vériste vous demande d'évaluer, à partir des indications données par les annexes 2 et 3, les charges supplémentaires que représenterait pour la première année, l'adhésion à l'une ou l'autre de ces formules.

Sachant que le matériel informatique existant sera conservé et que le coût du nouvel agencement serait amorti sur 10 ans, vous complétez l'annexe 3. Les droits d'entrée sont considérés comme charges fixes.

Vous calculerez pour les 3 situations le seuil de rentabilité en chiffres d'affaires (arrondir à l'entier supérieur) et la date à laquelle il sera atteint (point mort).

Dossier 3 : Action de communication commerciale.

Monsieur Vériste vous transmet un article de presse (annexe 4) qui mentionne une action originale pour attirer de nouveaux clients dans un point de vente : le parrainage. Il vous demande de réfléchir à l'organisation d'une action de mercatique directe similaire.

3-1 Proposez le type de cadeau qui sera suffisamment attractif et valorisant pour le parrain, et ce pour un coût inférieur à 200 francs. Votre choix doit être cohérent avec la clientèle du point de vente.

Justifiez votre choix en 5 lignes.

3-2 Monsieur Vériste vous demande de rédiger la lettre qui sera adressée aux clients les plus fidèles. vous respecterez les conditions de forme propre à une lettre de publipostage.

ANNEXE 1 : LES STATUTS DE LA SOCIETE

Extraits du code civil

Article 1835 "Les statuts doivent être établis par écrit. Ils déterminent, outre les apports de chaque associé, la forme, l'objet, l'appellation, le siège social, la durée de la société et les modalités de son fonctionnement".

Les soussignés:

Monsieur Henri Vériste, demeurant à Aurillac, 3 rue de la Chapelle, né le 25 juin 1965 à Lyon, célibataire et de nationalité française.

Monsieur Louis Buipeau, demeurant à Aurillac, 12 avenue des Alouettes, né le 17 octobre 1967 à Paris, célibataire et de nationalité française.

Article 1 : Il est constitué entre les soussignés une société à responsabilité limitée, qui sera régie par la loi du 24 juillet 1966 et par les présents statuts.

Article 2 : La société a pour objet

Article 3 : Dénomination sociale

Article 4 : Le siège social est fixé à

Article 5 : La durée de la société est fixé à 99 ans à compter de son immatriculation au registre du commerce et des sociétés sauf prolongation ou dissolution anticipée.

Article 6 : Apports en numéraire

M apporte F
M apporte F
soit un apport en numéraire total de

Article 7 : Le capital social est de F divisé en parts égales d'une valeur nominale de F, répartis comme suit:

M ; parts
M ; parts

Article 8 : la société est administrée par

Fait à Aurillac le 30 septembre 2000

Mentions "lu et approuvé" et signatures

ANNEXE 2 : TABLEAU COMPARATIF :
CENTRALE DE REFERENCEMENT ET DE PAIEMENT ET
GROUPEMENT COOPERATIF AVEC ENSEIGNE
(source modifiée : Bien Vu n°56)

Date de création Groupement/Enseigne	Centrale de référencement AXIA : 1969	Enseignes STYL'OPTIQUE : 1972
Mode d'exploitation	Société anonyme	Sté coopérative 1 homme - une voix
Points forts	Négoce important et coût de fonctionnement faible	Un bénéfice immédiat pour l'opticien grâce à un réseau fort et une communication puissante
Conditions d'adhésion	Aucune	Etre opticien diplômé
Obligation de conformité du point de vente	Aucune	Signalétique extérieure
Nombre de points de vente adhérents	310	
Fidélité opticien en 2000	98%	40 adhésions 10 démissions
Politique commerciale Positionnement	Opticiens de centre-ville axés sur les services	Seniors et presbytie
Durée du contrat Modalités de rupture	2 ans puis tacite reconduction Préavis 1 mois	Illimité 6 mois de préavis
Exclusivité d'adhésion à la centrale/groupement	Non	Oui
Zone de chalandise exclusive et durée	Non	Oui sans durée de limitation
Droits d'entrée à la centrale de paiement	Aucun	2 000 F HT
Souscription de parts sociales en francs	Aucune	2 300 F HT

Droits d'entrée à la marque	Aucun	3 000 F HT
redevances publicitaires	Nationale : 2,5% du CA HT	Nationale : 3,5% CA HT Locale 0,5% CA HT
Budget publicitaire annuel	30MF HT	75MF HT
Budget de fonctionnement adhérent par an	7 800 F HT	12 500 F HT
marge moyenne	60 - 63% de marge brute sur CA HT	60-65% de marge brute sur CA HT
Obligation d'achat à la centrale de négoce	Non mais c'est l'intérêt de l'opticien	70% des achats doivent transiter par la centrale
Stock de produits imposés par la centrale de négoce	Non	produits liés aux actions publicitaires nationales
Remise moyenne des fournisseurs	en moyenne 25% tous fournisseurs confondus	en moyenne 30% tous fournisseurs confondus
Délai de règlement des factures	en moyenne paiement à 45 jours	35 jours fin de mois
Nombre de fournisseurs référencés tous produits	130	160
Exclusivité des marques	Non	3 marques exclusives
Assistance à la gestion, juridique	Non	Oui
Assistance aux actions commerciales locales	Service payant à la carte	Oui
Formation interne	Aucune	12 modules par an
Surface minimum préconisée m ²	Aucune	Au cas par cas selon la zone de chalandise
Agencement : coût HT au m ²	Autour de 3 000 F HT	6 000 F HT fronton compris
Informatique : coût 1 serveur et 3 postes	50 000 F HT	65 000 F HT

ANNEXE 3 : COMPTE DE RESULTAT DIFFERENTIEL (à rendre avec la copie)

Chiffre d'affaires HT	SITUATION ACTUELLE 1 200 000	ADHESION AXIA Hypothèse : +5% CA HT	ADHESION STYL'OPTIQUE Hypothèse : +10% CA HT
Frais d'achat	632 000	592 000	562 000
Charges variables supplémentaires	0		
-			
-			
-			
Total charges variables	632 000		
Marge sur coût variable	568 000		
Charges fixes initiales	350 000	350 000	350 000
Charges fixes supplémentaires	0		
-			
-			
-			
-			
Total charges fixes	350 000		
Résultat	218 000		