

BTS OPTICIEN LUNETIER

ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE – U3

Session 2025

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 collègue » est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 13 pages, numérotées de 1/13 à 13/13.

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2025
U3 – Économie et gestion de l'entreprise	Code : 25OLECO	Page 1 /13

SOMMAIRE

Annexe 1 - L'organisation du personnel du magasin de Strasbourg	page 6
Annexe 2 - Annonce d'offre d'emploi	page 6
Annexe 3 - Grille des salaires, extraite de la convention collective « Optique lunetterie de détail » (entrée en vigueur en juin 2024)	page 7
Annexe 4 - Localisation de la ville de Haguenau	page 8
Annexe 5 - Données de l'INSEE sur Haguenau	page 9
Annexe 6 - Informations sur la zone de chalandise de Haguenau	page 10
Annexe 7 - Des lunettes éco quoi ?	page 10
Annexe 8 - Les montures éco-responsables	page 10
Annexe 9 - Optique-lunetterie et éco-responsabilité	page 11
Annexe 10 - Offres commerciales des fabricants de montures en bois	page 12
Annexe 11 - Compte de résultat prévisionnel du magasin de Haguenau en euros pour 2026	page 12
Annexe 12 - Ratios de la profession en Alsace en 2024	page 13
Annexe 13 - Informations sur l'amortissement de l'aménagement du local	page 13
Annexe 14 - Informations sur l'emprunt	page 13

BARÈME INDICATIF SUR 100 POINTS

Dossier 1 - Gestion des ressources humaines du point de vente de Strasbourg	25 points
Dossier 2 - Stratégie commerciale du point de vente de Haguenau	35 points
Dossier 3 - Analyse financière du point de vente de Haguenau	35 points
Forme (présentation, orthographe)	5 points

OPTIQUE MULLER

Éric Muller, 42 ans, très investi dans la vie économique et associative de la région, est un fervent défenseur de la culture et de la langue alsaciennes. Il exerce comme opticien indépendant à Strasbourg (Alsace). Il a créé son entreprise « optique Muller » sous la forme d'une EURL au capital de 50 000 € en juin 2018. Il emploie 3 salariés, tous diplômés du BTS Opticien Lunetier.

Sa clientèle est majoritairement composée de personnes presbytes (plus de 45 ans), jouissant d'un pouvoir d'achat élevé. Monsieur Muller a opté pour une offre de montures haut de gamme correspondant aux attentes de cette clientèle. Sa réputation est excellente dans toute la ville et son professionnalisme est reconnu de tous.

Son point de vente de Strasbourg se porte bien, sa clientèle est fidèle et son chiffre d'affaires très confortable.

Encore jeune et à l'affût de nouvelles opportunités, Éric réfléchit à s'implanter plus largement sur son territoire.

Après quelques démarches et repérages, la commune de Haguenau (40 000 habitants), située à 34 kilomètres de Strasbourg, lui semble être un lieu adéquat pour ouvrir un nouveau point de vente.

Il vous sollicite sur différents dossiers afin de bénéficier de votre expertise tant sur son point de vente actuel de Strasbourg que sur son projet de développement à Haguenau.

Dossier 1 - Gestion des ressources humaines du point de vente de Strasbourg (Annexes 1 à 3)

Depuis quelques temps, Éric est très occupé par son projet d'ouverture et s'absente régulièrement de son magasin pour se rendre dans la commune de Haguenau. Ses 3 salariés ont donc pris le relais pour la gestion du point de vente de Strasbourg.

Lors d'un échange avec des clients, ces derniers l'informent que lorsqu'il est absent, le magasin ouvre avec une heure de retard. Monsieur Muller convoque son salarié, Franck Wehrung, chargé de l'ouverture. Ce dernier reconnaît les faits et explique à son employeur qu'il ne voit pas l'intérêt d'ouvrir trop tôt, car les clients n'arrivent généralement pas avant 10 heures.

Éric Muller rappelle à son salarié les obligations qui figurent sur son contrat de travail et le sanctionne par un avertissement de travail.

Une semaine plus tard, à l'occasion d'un nouveau déplacement professionnel, Éric apprend par une autre source que des clients ayant patienté jusqu'à 10 heures devant le rideau fermé du magasin ont fini par partir.

Très en colère et inquiet, il s'interroge sur la possibilité de licencier son salarié.

- 1.1. **Conseiller** l'opticien sur le fondement juridique de ce licenciement.
- 1.2. **Énoncer** les différentes étapes de la procédure de licenciement.
- 1.3. **Préciser** la juridiction compétente en cas de recours de monsieur Wehrung.

L'activité de « Optique Muller » est en pleine expansion. Le chiffre d'affaires s'élève actuellement à plus de 900 000 €.

Les clients fréquentent le magasin non seulement pour acheter des montures, mais aussi de plus en plus pour procéder à des examens de vue. Monsieur Muller pense donc qu'il serait pertinent de recruter un opticien, diplômé d'une licence d'optométrie, pour compléter l'équipe en place et faire face à cette nouvelle demande. Sensible à la parité homme-femme, il a rédigé un projet d'annonce pour recruter une femme.

1.4. **Justifier** le type de contrat de travail à proposer.

1.5. **Apprécier** la légalité du projet d'annonce d'offre d'emploi.

Monsieur Muller envisage de proposer à sa future salariée une rémunération mensuelle brute de 2 100 €. Soucieux de respecter la réglementation, il consulte la grille des salaires établie par la convention collective de l'optique lunetterie.

1.6. **Indiquer** si la rémunération proposée par monsieur Muller respecte la convention collective. **Justifier** la réponse.

1.7. **Calculer** le coût mensuel de ce recrutement pour monsieur Muller.

Dossier 2 - Stratégie commerciale du point de vente de Haguenau (Annexes 4 à 10)

Lors de ses allers-retours à Haguenau, monsieur Muller a repéré un local bien situé dans une rue de l'hyper-centre de la ville où la fréquentation est importante. Il a collecté des informations sur la zone de chalandise et vous sollicite afin d'évaluer la pertinence de cette ouverture.

2.1. **Calculer** le chiffre d'affaires TTC potentiel du futur magasin de Haguenau.

2.2. **Argumenter** sur la pertinence d'une implantation à Haguenau.

Au-delà de sa réflexion sur son lieu d'implantation, Éric souhaite rester en phase avec les tendances du moment. Il décide de se rendre au salon international de la lunetterie et du matériel optique (SILMO). Constatant la part croissante des montures éco-responsables et l'engouement des consommateurs pour ce type de produits, il envisage alors de conserver son positionnement haut de gamme et de dédier une partie de son assortiment à des montures éco-responsables.

2.3. **Présenter** les opportunités commerciales que peut présenter le marché des montures éco-responsables pour monsieur Muller. **Conclure** sur la pertinence de ce projet.

Lors de sa visite au SILMO, monsieur Muller a rencontré différents fournisseurs. À son retour, il a pris contact avec deux d'entre eux, spécialisés dans la fabrication de montures en bois. Ils lui ont communiqué leurs offres commerciales afin d'être référencés. Éric Muller souhaite donc comparer les offres de ces deux fournisseurs.

2.4. **Calculer** le taux de marge d'une monture pour chacune des deux offres.

2.5. **Argumenter** auprès de monsieur Muller en faveur d'un fournisseur.

L'un des fournisseurs a par ailleurs soumis l'idée à Éric de fabriquer une monture sur laquelle il pourrait apposer sa propre marque : « Etik by Muller ».

- 2.6. **Montrer** en quoi le nom de marque proposé est pertinent.
- 2.7. **Rappeler** à monsieur Muller les enjeux de protéger sa marque.
- 2.8. **Exposer** les démarches à réaliser pour protéger sa marque.

Dossier 3 – Analyse financière du point de vente de Haguenau (Annexes 11 à 14)

Monsieur Muller sollicite son comptable pour finaliser son projet qui pourrait voir le jour en 2026. Ce dernier lui présente le compte de résultat prévisionnel du magasin d'Haguenau et lui communique les données régionales de la profession pour l'aider à se positionner.

- 3.1. **Calculer** pour le magasin d'Haguenau les soldes intermédiaires de gestion prévisionnels suivants :
 - marge commerciale ;
 - valeur ajoutée ;
 - excédent brut d'exploitation ;
 - résultat courant avant impôt.
- 3.2. **Commenter** les résultats obtenus et **conclure** sur la situation prévisionnelle du magasin.

Monsieur Muller dispose de fonds propres d'un montant suffisant pour acquérir le local. Il prévoit cependant de contracter auprès de sa banque un emprunt d'un montant de 150 000 € pour financer l'aménagement du local (80 000 €), ainsi que le matériel nécessaire à l'atelier (70 000 €).

- 3.3. **Établir** le plan d'amortissement de l'aménagement du local.
- 3.4. **Dresser** le tableau d'amortissement de l'emprunt.
- 3.5. **Calculer** le coût total de l'emprunt.
- 3.6. **Proposer** un mode de financement alternatif à l'emprunt pour l'acquisition du matériel en présentant ses avantages et inconvénients.

Annexe 1 - L'organisation du personnel du magasin de Strasbourg

Le magasin est ouvert sans interruption du mardi au samedi de 9 heures à 19 heures.
Le magasin fonctionne avec 3 salariés, employés à temps plein et en CDI. Ces salariés sont polyvalents.
En plus de leurs fonctions quotidiennes, ils ont chacun des responsabilités particulières. Tous les jours, Franck Wehrung est chargé de l'ouverture du magasin. Martin Durand et Albert Fisher assurent quant à eux la fermeture du magasin à tour de rôle.
Ces responsabilités et fonctions sont précisées dans leur contrat de travail.

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 2 - Annonce d'offre d'emploi

Le .../.../2025

Référence de l'annonce : N°...

Intitulé du poste : Opticienne disposant d'une licence d'optométrie

Type de contrat : ...

Pour étoffer son équipe, Optique MULLER cherche une jeune opticienne diplômée de la licence d'optométrie pour occuper un emploi à temps plein à Strasbourg.

Alsacienne d'origine, vous maîtrisez l'alsacien, l'anglais et l'allemand, et vous êtes prête à vous investir auprès de la clientèle.

Vous pratiquez régulièrement des examens de vue et avez des compétences en contactologie.

Salaire motivant.

Candidature à adresser à OPTIQUE MULLER contact@muller.fr, avant le

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

**Annexe 3 - Grille des salaires, extraite de la convention collective
« Optique lunetterie de détail » (entrée en vigueur en juin 2024)**

Les cotisations salariales et patronales représentent respectivement 24 % et 50 % du salaire brut.

Grille des minimas

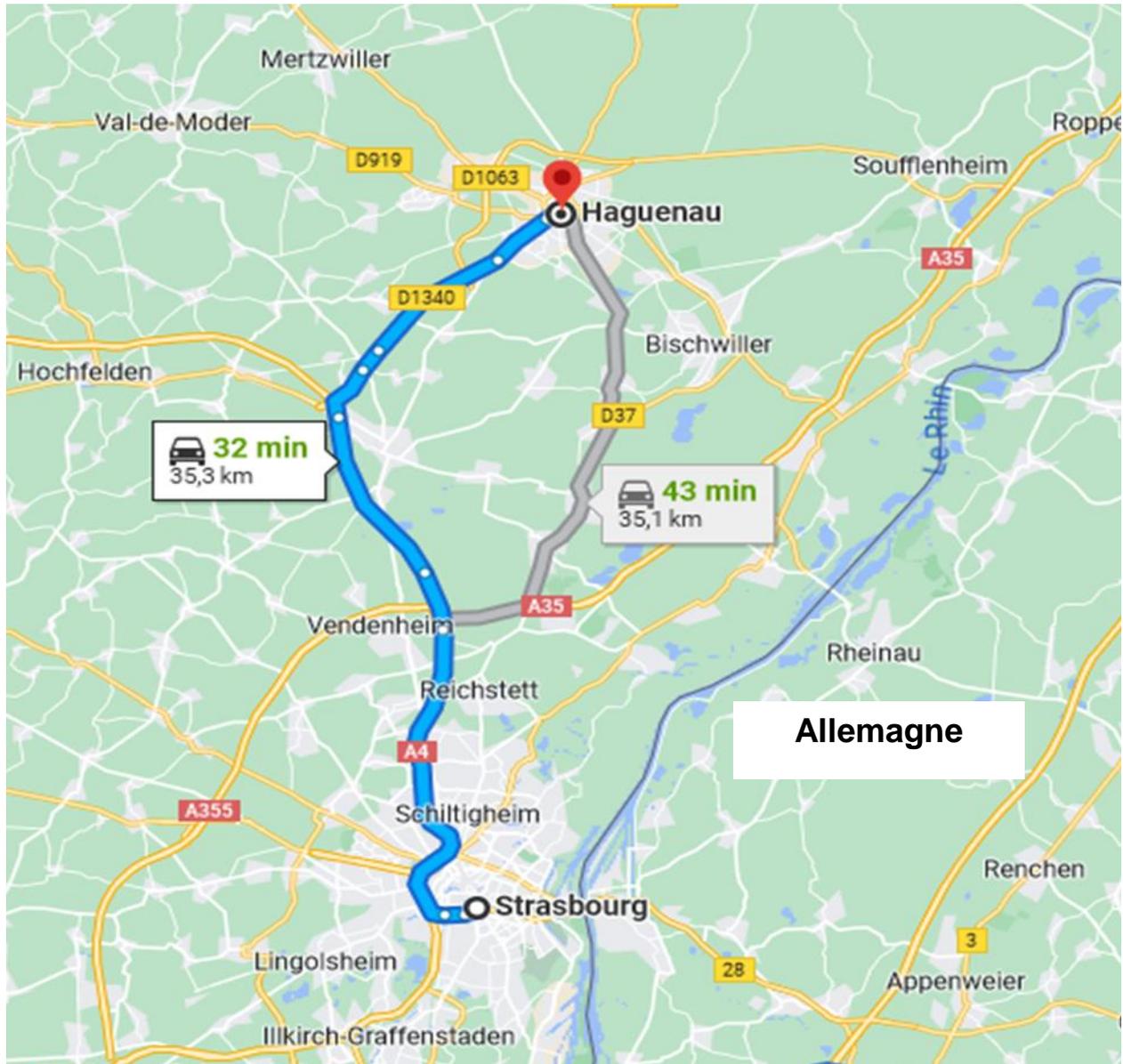
Les organisations professionnelles d'employeurs et les organisations syndicales de salariés représentatives pour la branche de l'optique lunetterie de détail ont adopté la grille salariale ci-dessous pour une base de 151,67 heures de travail mensuel.

Coefficients 2	Minimas 2 Professionnels de santé
A	1 935
B	2 010
C	2 060
D	2 135
E	2 195
F	2 300
G	2 400
H	2 500
I	3 000
J	3 400
K	3 700

Statut	Anciens coefficients	Nouveaux coefficients	Correspondance emploi-repère
Employé	140 et tout opticien employé ayant moins de 2 ans d'exercice effectif du métier	A	Opticien titulaire d'un BTS ou équivalent dont l'expérience professionnelle est inférieure à 2 ans. Opticien diplômé 1/Professionnel de Santé 1 (Diplôme de niveau III)
Agent de maîtrise	Opticien relevant du statut employé et ayant 2 ans d'exercice effectif du métier	B	Opticien Titulaire d'une Licence ou d'un CQP (Certificat de qualification professionnelle) ou disposant d'une expérience professionnelle effective du métier de 2 ans. Opticien diplômé 1/Professionnel de Santé 1 (Professionnel de santé titulaire d'un diplôme de niveau II)
	Opticien relevant du statut employé ayant 2 ans d'exercice du métier et référent ou technicien/AM (la détermination en niveau C/D/E doit se faire au regard des emplois-repères)	C	Opticien Diplômé 2/Professionnel de Santé 2
		D	Opticien Diplômé 2/Professionnel de Santé 2
Cadre	230	E	Opticien Diplômé 3/Professionnel de Santé 3/Directeur adjoint de magasin
	240/250	F	Opticien Diplômé 3/Professionnel de Santé 3/Directeur adjoint de magasin
	280	G	Opticien Diplômé 4/Professionnel de Santé 4/Opticien Directeur de magasin 1
	300/330	H	Opticien Diplômé 4/Professionnel de Santé 4/Opticien Directeur de magasin 1
	350	I	Opticien Diplômé 5/Professionnel de Santé 5/Opticien Directeur de magasin 2
Cadre supérieur	380	J	Opticien Diplômé 5/Professionnel de Santé 5/Directeur
		K	Cadre supérieur ou cadre dirigeant

Source : acuité.fr

Annexe 4 – Localisation de la ville de Haguenau



Source : maps.fr

Annexe 5 - Données de l'INSEE sur Haguenau

Évolution et structure de la population

Commune de Haguenau (67180)

POP T0 - Population par grandes tranches d'âges

	2009	%	2014	%	2020	%
Ensemble	34 648	100,0	34 761	100,0	35 448	100,0
0 à 14 ans	6 212	17,9	5 780	16,6	5 304	15,0
15 à 29 ans	7 428	21,4	7 130	20,5	7 285	20,6
30 à 44 ans	7 337	21,2	6 851	19,7	6 210	17,5
45 à 59 ans	6 994	20,2	7 445	21,4	7 614	21,5
60 à 74 ans	4 253	12,3	4 809	13,8	5 976	16,9
75 ans ou plus	2 424	7,0	2 747	7,9	3 060	8,6

Sources : Insee, RP2009, RP2014 et RP2020, exploitations principales, géographie au 01/01/2023.

Population par âge et par sexe

	Hommes	%	Femmes	%
Ensemble	17 430	100,0	18 018	100,0
0 à 14 ans	2 727	15,6	2 577	14,3
15 à 29 ans	4 013	23,0	3 272	18,2
30 à 44 ans	3 084	17,7	3 126	17,3
45 à 59 ans	3 614	20,7	4 000	22,2
60 à 74 ans	2 785	16,0	3 190	17,7
75 à 89 ans	1 105	6,3	1 581	8,8
90 ans ou plus	102	0,6	272	1,5

Emplois par catégorie socioprofessionnelle

	Nombre	%
Ensemble	23 184	100,0
Agriculteurs exploitants	41	0,2
Artisans, commerçants, chefs entreprise	917	4,0
Cadres et professions intellectuelles supérieures	3 162	13,6
Professions intermédiaires	6 155	26,5
Employés	6 959	30,0
Ouvriers	5 950	25,7

Source : Insee, RP2020 exploitation complémentaire lieu de travail, géographie au 01/01/2023.

Source : INSEE

Annexe 6 - Informations sur la zone de chalandise de Haguenau

- La zone de chalandise (ZDC) est décomposée en 3 sous zones (A, B, C) pour lesquelles les taux d'évasion sont respectivement de 10 %, 15 % et 23 %.
- Dans la région Grand-Est, le panier moyen en optique est de 480 € TTC par habitant.
- Le renouvellement de l'équipement a lieu en moyenne tous les 2,4 ans.
- Le taux d'invasion est de 35 % pour l'ensemble de la ZDC.
- Monsieur MULLER espère capter 12 % du marché pour chaque zone.
- TVA : 20 %.

Caractéristiques des sous zones	A	B	C
Nombre d'habitants	17 750	10 700	14 020
Indice de richesse vive dans la zone de chalandise	1,3	1,1	0,9
Taux de porteur	64%		

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 7 – Des lunettes éco quoi ?

Si l'on s'en tient à la définition du dictionnaire, une paire de lunettes écoresponsable « fait preuve de responsabilité à l'égard de l'environnement ». Concrètement, c'est une lunette dont le processus de fabrication et de production permet de limiter son empreinte écologique et son impact sur la planète. Plusieurs appellations sont utilisées : biodégradables, durables, recyclables, éco-responsables avec toutes le même objectif : préserver l'environnement.

Source : site « lunettes-originales »

Annexe 8 - Les montures éco-responsables

Suite à une rencontre impromptue, Stephan Lemaire, opticien parisien, s'est lancé sur le créneau des produits écoresponsables il y a quelques années. Par envie de coller aux attentes de certains porteurs [...].

Après quelques années de consolidation, l'opticien prend conscience que son approvisionnement - ainsi que les services associés, réparations - gagnerait à se faire d'une façon plus directe, plus indépendante, en circuits courts : « cela a commencé suite à ma rencontre avec Sébastien Bétend, un des premiers à lancer un magasin éco-responsable, des produits à la gestion de l'énergie, en passant par les normes de construction, etc. Il m'a montré que ces gammes permettaient de rouvrir des chaînes de production en France, d'y recréer de l'emploi ». Premier déclic. Le second déclic, c'est l'appel d'une cliente en recherche d'un modèle conçu en matériaux recyclés... Plus exactement en « coquillage », raconte Stéphane Lemaire. « Je lui propose alors de l'acétate bio, mais elle tenait vraiment à une monture recyclée. Cela m'a fait comprendre qu'il y avait un marché. À partir de là, comment me positionner ? Soit j'estime que ces demandes sont marginales ; soit je me lance, et j'en profite pour découvrir d'autres gammes, d'autres personnes, d'autres manières de travailler. Je n'ai pas hésité longtemps ! »

Source : récit d'une conversion à l'éco responsabilité, Bien Vu numéro 320 - Avril 2023

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2025
U3 – Économie et gestion de l'entreprise	Code : 25OLECO	Page 10 /13

Annexe 9 – Optique - lunetterie et éco - responsabilité

Selon le baromètre BEV de 2019, 73 % des Français se déclaraient sensibles aux critères éthiques ou éco-responsables pour leur consommation en général, mais seulement 57 % pour les lunettes.

L'impact du marketing écologique dans le choix des consommateurs

Le marketing écologique a profondément influencé les comportements d'achat dans le secteur optique. Les consommateurs recherchent activement des marques alignées avec leurs valeurs environnementales.

Les études montrent que la réputation éthique et écologique d'une marque influe de plus en plus sur la décision d'achat des consommateurs. La communication sur les pratiques éco-responsables devient ainsi un atout majeur pour fidéliser la clientèle et attirer de nouveaux adeptes.

Les campagnes de marketing écologique bien exécutées ont montré leur impact significatif, influençant les décisions d'achat. En mettant en avant leurs initiatives durables, les marques optiques parviennent à instaurer une relation de confiance avec leurs consommateurs, renforçant ainsi leur engagement en faveur de pratiques respectueuses de l'environnement.

En somme, l'éco-responsabilité dans l'optique s'affirme comme une tendance incontournable. Les pratiques durables, la transparence et l'engagement envers l'environnement deviennent des critères clés pour les consommateurs. Cette évolution constante en faveur de l'éco-responsabilité façonne l'avenir de l'industrie optique, en alignement avec les valeurs environnementales partagées. L'optique responsable n'est plus une option, mais une nécessité pour répondre aux attentes croissantes d'une clientèle soucieuse de l'environnement.

Source : <https://www.eyes-road.com/eco-responsabilite-dans-loptique-comment-le-marketing-vert-transforme-lindustrie-12487/>

Écologie: la nouvelle attente en matière de lunettes

Le marché de l'optique propose tous styles de modèles de lunettes de vue et de solaires. Généralement fabriquées dans des matériaux légers, les lunettes doivent offrir en outre un confort impérativement requis par leurs utilisateurs. Cependant, une nouvelle donne s'est imposée depuis quelques années dans les requêtes des Français. En effet, la demande pour des lunettes éco-responsables a explosé et a créé un nouveau besoin auquel les concepteurs de lunettes se devaient de répondre.

Voilà chose faite avec les derniers modèles de lunettes de vue et de soleil éco-responsables.

Les Français, notamment les jeunes, sont en effet, de plus en plus conscients des dégâts causés par la consommation. Ainsi, un nouveau style de vie plus écologique s'étend et requiert des exigences nouvelles en terme d'équipements optiques. Les lunettes ne doivent plus seulement être une correction visuelle, une protection solaire ou un accessoire de mode. La paire de lunettes ne doit pas polluer, être recyclable et être conçue dans des matériaux respectueux de l'environnement. Cependant, les lunettes éco-responsables doivent également être aussi confortables et efficaces que les modèles classiques.

Source : Optical center juin 2024

BTS OPTICIEN LUNETIER		Session 2025
U3 – Économie et gestion de l'entreprise	Code : 25OLECO	Page 11 /13

Annexe 10 - Offres commerciales des fabricants de montures en bois

	Fournisseur A	Fournisseur B
Délai moyen de livraison	15 jours	13 jours
Conditions de paiement	30 jours	30 jours fin de mois
Prix d'achat HT	69,90 €	75 €
Frais de livraison	Franco de port	Franco de port
Prix de vente public conseillé	195,90 €	209,90 €

- TVA 20 %.

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 11 - Compte de résultat prévisionnel du magasin de Haguenau en euros pour 2026

Charges	Montant	Produits	Montant
Charges d'exploitation		Produits d'exploitation	
Achat de marchandises	334 765	Ventes de marchandises	731 000
Variation de stock	-3 243		
Charges externes	125 188		
Impôts et taxes	9 076		
Salaires	115 500		
Charges sociales	61 032		
DAP	33 944		
Charges financières		Produits financiers	
Intérêts et charges assimilées	5 250	Revenus des placements	0
Charges exceptionnelles	0	Produits exceptionnels	0
Impôts sur les sociétés	9 035		
Résultat (bénéfice)	40 453	Résultat (perte)	0
TOTAL	731 000	TOTAL	731 000

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 12 - Ratios de la profession en Alsace en 2024

Chiffre d'affaires hors taxe moyen d'un magasin d'optique en Alsace	536 708 €
Taux de marge commerciale	62 %
Taux de valeur ajoutée	40 %
Taux de charges de personnel	20 %
Taux d'excédent brut d'exploitation	18 %
Taux de résultat courant avant impôt	8 %

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 13 - Informations sur l'amortissement de l'aménagement du local

Coût d'achat HT	80 000 €
Amortissement linéaire	4 ans
Date de mise en service	15 janvier 2026
Valeur résiduelle HT	20 000 euros

Source : les auteurs pour les besoins du sujet

Annexe 14 - Informations sur l'emprunt

Montant de l'emprunt	150 000 €
Durée de l'emprunt	5 ans
Date de souscription de l'emprunt	1 ^{er} janvier 2026
Première échéance	31 décembre 2026
Taux d'intérêt annuel	3,5 %
Remboursement.	Remboursement par annuités constantes
Frais de dossier	390 €

$$\text{Annuité} = \frac{\text{Capital} * i}{1 - (1+i)^{-n}}$$

Source : les auteurs pour les besoins du sujet