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

BUT GACO

Gestion administrative et commerciale des organisations

Session 2026 • Code sujet : **26-BUT-GACO-EP1** • Durée : **2 h 30** • Coefficient : **3,0 à titre indicatif**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse juridique d’une inexécution contractuelle** (3 questions) — **Page 3**
2. **Diagnostic stratégique, ciblage et préconisations marketing** (3 questions) — **Page 6**
3. **Rentabilité commerciale du lancement** (4 questions) — **Page 9**
4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://butgaco.fr/assets/annales/but-gaco/C3 - Concevoir la démarche marketing/2026/BUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations - C3 - Concevoir la démarche marketing - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse juridique d’une inexécution contractuelle

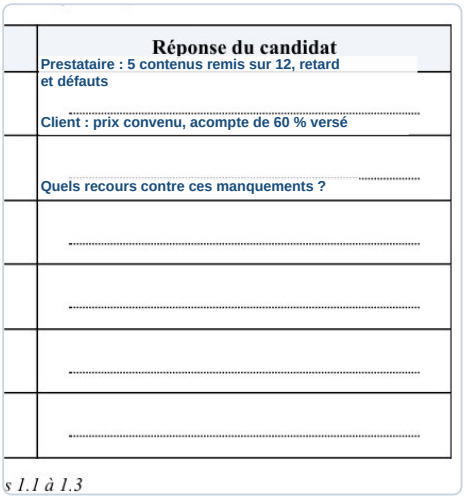
Nature & Découvertes a confié à Atelier Pixel SAS la création de contenus numériques pour le lancement d’un kit de pique-nique, mais seuls 5 contenus sur 12 ont été remis à la date prévue et certains ne sont pas conformes. Le candidat analyse les obligations contractuelles, les recours après mise en demeure et l’application de la pénalité de retard à partir des règles de droit fournies.

Qualification des faits et problème de droit

Question 1.1. Qualifiez juridiquement les faits et formulez le problème de droit auquel Nature & Découvertes est confrontée. Distinguez les obligations des deux parties et caractérisez les manquements allégués.

Il s’agit d’un contrat de prestation de services entre deux sociétés. Atelier Pixel devait livrer 12 contenus finalisés et conformes au plus tard le 15 février 2026 ; Nature & Découvertes devait payer le prix convenu, dont 60 % ont été versés à la signature. Au 20 février, seuls 5 contenus ont été remis : le retard et la livraison partielle constituent une inexécution, tandis que les défauts de conformité caractérisent une exécution imparfaite. Le problème de droit est de déterminer quels recours le client peut exercer contre ces manquements contractuels.

Qualification et problème de droit



✓ RÉPONSE À RETENIR

Atelier Pixel a manqué à ses obligations de délai, de livraison complète et de conformité. Quels recours Nature & Découvertes peut-elle exercer contre cette inexécution contractuelle ?

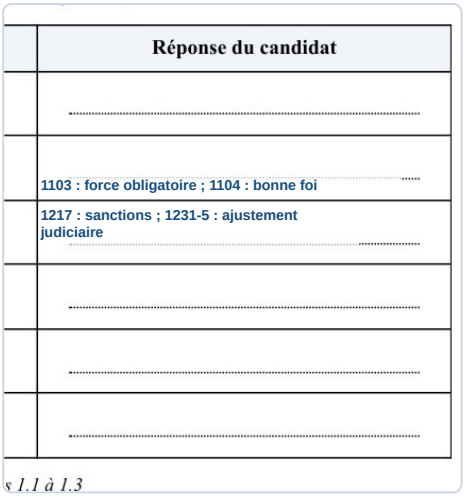
Règles de droit applicables

Question 1.2. À partir du DT 1, présentez les règles de droit applicables. Indiquez notamment les effets de la force obligatoire du contrat, l’exigence de bonne foi et les sanctions ouvertes au créancier en cas d’inexécution.

L’article 1103 du Code civil rend les engagements contractuels obligatoires. L’article 1104 impose une exécution de bonne foi, appréciée au regard du comportement concret des parties ; l’arrêt Huard illustre cette exigence sans imposer une renégociation automatique. Selon l’article 1217, le créancier peut suspendre sa propre obligation,

poursuivre l'exécution forcée, demander une réduction du prix, la résolution du contrat ou réparation. Les sanctions compatibles peuvent se cumuler, et des dommages-intérêts peuvent s'y ajouter. Enfin, selon l'article 1231-5, le juge peut modérer ou augmenter la pénalité si elle est manifestement excessive ou dérisoire.

Règles de droit applicables



	Réponse du candidat
	.....
	1103 : force obligatoire ; 1104 : bonne foi .....
	1217 : sanctions ; 1231-5 : ajustement judiciaire .....
	.....
	.....
	.....

s 1.1 à 1.3

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le contrat s'impose et doit être exécuté de bonne foi. L'inexécution ouvre les recours de l'article 1217 ; le juge peut ajuster une pénalité manifestement excessive ou dérisoire.

Résolution du litige et pénalité

Question 1.3. Résolvez le litige selon le syllogisme juridique : règle de droit, application aux faits et conclusion motivée. Indiquez les mesures que Nature & Découvertes peut envisager après la mise en demeure, calculez le montant journalier et le plafond de la pénalité contractuelle, puis précisez dans quelles conditions le juge pourrait intervenir sur cette pénalité.

En droit, l'article 1217 ouvre plusieurs recours en cas d'inexécution ; les sanctions compatibles peuvent se cumuler. La pénalité est due si le retard est imputable au prestataire. Ici, la livraison est incomplète et certains contenus sont non conformes. La surcharge de travail invoquée ne suffit pas, à elle seule, à écarter la clause. Après l'expiration du délai de cinq jours fixé par la mise en demeure, Nature & Découvertes peut poursuivre l'exécution conforme, demander une réduction du prix ou la résolution, et réclamer réparation d'un préjudice justifié. Elle peut suspendre le solde si les conditions de cette sanction sont réunies. Le juge peut modifier la pénalité si elle est manifestement excessive ou dérisoire.

Calculs : pénalité journalière = 18 000 × 0,5 % = 90 € ; plafond = 18 000 × 10 % = 1 800 €.

Application, solution et pénalité

	Réponse du candidat
	.....
	.....
	Inexécution : exiger la livraison conforme .....
	Réduction, résolution ou réparation justifiée .....
	90 € par jour ; plafond : 1 800 € .....
	.....

s 1.1 à 1.3

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pénalité : 90 € par jour, plafonnée à 1 800 €. Après le délai de mise en demeure, Nature & Découvertes peut mobiliser les sanctions compatibles ; le juge intervient si la pénalité est manifestement excessive ou dérisoire.

2. Diagnostic stratégique, ciblage et préconisations marketing

Nature & Découvertes envisage de lancer au printemps 2026 un kit de pique-nique réutilisable vendu 49 € TTC, en magasin et sur son site marchand. Les données de marché, l'enquête exploratoire et les ressources de l'enseigne servent à établir un diagnostic, choisir un segment, une cible et un positionnement, puis proposer des actions marketing mesurables.

Diagnostic PESTEL et SWOT

Question 2.1. Réalisez un diagnostic stratégique externe et interne du projet. Présentez les principaux facteurs PESTEL pertinents, puis synthétisez les forces, faiblesses, opportunités et menaces dans une matrice SWOT. Justifiez chaque élément par une donnée ou un fait du DT 2.

Le diagnostic externe révèle une demande potentielle, mais aussi une sensibilité au prix, une concurrence forte et des exigences de communication loyale. En interne, le réseau de magasins, le site marchand et l'image de l'enseigne soutiennent le projet ; le calendrier court et le différend avec l'agence fragilisent sa préparation.

Facteur PESTEL	Éléments établis dans le DT 2
Politique	Aucun facteur politique spécifique n'est documenté.
Économique	Inflation, achats non essentiels sensibles au prix et comparaison accrue des offres.
Socioculturel	Intérêt pour les sorties de plein air et les produits pratiques, faciles à nettoyer et réutilisables.
Technologique	Vente en ligne, retrait en magasin et données de conversion, dans le respect des règles sur les données personnelles.
Environnemental	La réduction des produits jetables compte pour certains consommateurs ; l'impact dépend des matériaux et de la durée d'usage.
Légal	Communications loyales ; allégations environnementales précises, vérifiables et proportionnées.

Forces	Faiblesses
Réseau de magasins et site de commerce électronique.	Calendrier de lancement court.
Image associée à la découverte, au bien-être et à la nature.	Différend avec l'agence de communication.
Vente en ligne avec retrait en magasin.	Disponibilité des contenus numériques menacée avant le 1er mars.

Opportunités	Menaces
62 % des clients interrogés sortent en plein air au moins une fois par mois.	Inflation et sensibilité au prix des achats non essentiels.
Parmi ces pratiquants, 48 % sont intéressés à 50 € TTC maximum ; le kit coûte 49 €.	Concurrence des enseignes de sport, spécialistes du plein air et vendeurs en ligne.
Attentes identifiées : nettoyage facile, robustesse, faible encombrement et pièces de remplacement.	Risque de communication environnementale non étayée ou trompeuse.

La matrice distingue les ressources et contraintes internes des évolutions du marché et de ses risques, sur la base des faits du DT 2.

Matrice SWOT : forces et faiblesses

Magasins et site marchand	Calendrier court
Image nature et bien-être	Différend avec l'agence
Retrait en magasin	Contenus menacés avant le 1er mars

Matrice SWOT : opportunités et menaces

62 % : sorties mensuelles	Inflation et sensibilité au prix
48 % intéressés ; prix 49 € TTC	Concurrence : sport, plein air, web
Attentes : pratique, robuste, compact	Allégations à justifier

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Demande potentielle et ressources de distribution favorables, mais lancement à sécuriser face au prix, à la concurrence et au retard des contenus.

Segmentation, ciblage et positionnement

Question 2.2. À partir des résultats de l'enquête et des caractéristiques du projet, proposez un segment prioritaire, une cible et un positionnement. Expliquez en quoi ces choix sont cohérents avec les besoins repérés et l'identité de l'enseigne.

Segment prioritaire : les clients de l'enseigne qui pratiquent régulièrement des sorties de plein air et recherchent des équipements réutilisables. Dans l'enquête exploratoire, 62 % des personnes interrogées sortent au moins une fois par mois ; parmi elles, 48 % sont intéressées si le prix ne dépasse pas 50 € TTC.

1. **Cible :** ces pratiquants, sensibles à la facilité de nettoyage, à la robustesse, au faible encombrement et à la disponibilité de pièces de remplacement. Le prix de 49 € TTC respecte le seuil déclaré.
2. **Positionnement :** un kit de pique-nique réutilisable, fonctionnel et adapté aux escapades nature, proposé par une enseigne associée à la découverte, au bien-être et à la nature.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Cibler les clients adeptes des sorties de plein air et proposer à 49 € TTC un kit réutilisable, pratique et adapté aux escapades nature.

Préconisations de mix marketing

Question 2.3. Formulez deux préconisations portant sur le mix marketing du lancement, dont au moins une relative à la communication. Pour chaque préconisation, indiquez un indicateur mesurable permettant d'en suivre l'efficacité et précisez un point de vigilance juridique relatif aux communications commerciales ou aux allégations environnementales.

1. **Communication :** diffuser en ligne et en magasin une démonstration du nettoyage, de la robustesse et du faible encombrement. Mesurer le taux de conversion des visiteurs exposés. Toute allégation environnementale doit être précise, vérifiable et proportionnée ; le ciblage numérique doit respecter les règles sur les données personnelles.
2. **Produit et distribution :** prévoir la disponibilité de pièces de remplacement et mettre en avant la vente en ligne avec retrait en magasin. Suivre la part des commandes retirées en magasin. Décrire exactement les pièces disponibles et leurs conditions d'accès pour éviter toute promesse trompeuse.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Déployer une démonstration omnicanale et faciliter l'accès aux pièces de remplacement ; suivre conversion et retraits magasin, avec des messages vérifiables.

3. Rentabilité commerciale du lancement

Le dossier fournit les ventes de la catégorie, le prix TTC du kit, son coût variable unitaire, les charges fixes spécifiques au lancement et des prévisions de ventes. Le candidat calcule les indicateurs de rentabilité demandés, puis apprécie la viabilité financière à court terme et les limites de la prévision.

Part de marché en volume

Question 3.1. À partir des ventes de l'enseigne et du marché total indiquées au DT 3, calculez la part de marché en volume de l'enseigne en 2025. Présentez le calcul et interprétez le résultat en une phrase.

La part de marché en volume se calcule en divisant les ventes de l'enseigne par les ventes totales du marché, puis en multipliant par 100 : 120 000 ÷ 1 600 000 × 100 = 7,50 %. Cela signifie que Nature & Découvertes a réalisé 7,50 % des ventes en volume de cette catégorie en France en 2025. Ce résultat porte sur la catégorie entière, et non sur le nouveau kit.

Part de marché en volume

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou sc	120 000 ÷ 1 600 000 × 100	7,50 %

✓ RÉPONSE À RETENIR

Nature & Découvertes détient **7,50 %** du marché français de cette catégorie en volume en 2025.

Marge unitaire et taux de marge

Question 3.2. Pour le nouveau kit, calculez la marge sur coût variable unitaire et le taux de marge sur prix de vente HT. Le prix affiché de 49 € est TTC et le taux de TVA applicable est de 20 %. Présentez les conversions et les calculs.

On convertit d'abord le prix TTC en prix HT : 49 ÷ 1,20 = 40,83 € HT. La marge sur coût variable unitaire est le prix HT diminué du coût variable : 40,83 − 21 = 19,83 € par kit. Le taux de marge sur prix de vente HT rapporte cette marge au prix HT : 19,83 ÷ 40,83 × 100 = 48,57 %. Les résultats sont arrondis à deux décimales, les calculs utilisant les valeurs non arrondies.

Prix HT et marges unitaires

	49 ÷ 1,20	40,83 € HT
	40,83 − 21	19,83 €
	19,8333 ÷ 40,8333 × 100	48,57 %

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prix de vente HT : **40,83 €** ; marge sur coût variable : **19,83 € par kit** ; taux de marge : **48,57 %**.

Seuil de rentabilité

Question 3.3. Calculez le seuil de rentabilité en nombre de kits, puis le chiffre d'affaires HT correspondant, à partir des charges fixes spécifiques au lancement indiquées au DT 3. Arrondissez le seuil en volume à l'unité supérieure et expliquez le sens du résultat.

Le seuil de rentabilité en volume s'obtient en divisant les charges fixes par la marge sur coût variable unitaire : 84 000 ÷ (49 ÷ 1,20 − 21) = 4 235,29 kits. Il faut vendre un nombre entier de kits, donc le seuil est arrondi à l'unité supérieure : 4 236 kits. Le chiffre d'affaires HT correspondant à ce volume est calculé avec le prix HT non arrondi : 4 236 × (49 ÷ 1,20) = 172 970 €.

Seuil de rentabilité et chiffre d'affaires HT

84 000 ÷ (49 ÷ 1,20 − 21)	4 236 kits
4 236 × (49 ÷ 1,20)	172 970 € HT

✓ RÉPONSE À RETENIR

Seuil de rentabilité : **4 236 kits**, correspondant à un chiffre d'affaires de **172 970 € HT**.

Résultat prévisionnel

Question 3.4. À partir du volume de vente prévisionnel du DT 3, estimez le résultat prévisionnel du lancement après couverture des charges fixes. Concluez sur la viabilité financière à court terme et indiquez une limite de cette prévision.

Le résultat prévisionnel est égal à la marge sur coût variable totale diminuée des charges fixes : 3 200 × (49 ÷ 1,20 − 21) − 84 000 = −20 533,33 €. Le lancement ne couvre donc pas ses charges fixes au volume prévu et présente un déficit à court terme. La prévision de 3 200 ventes correspond à 40 000 clients exposés multipliés par le taux de transformation retenu de 8 %. Une limite est que ce taux reste une hypothèse et que les ventes réelles peuvent s'en écarter.

Résultat prévisionnel après charges fixes

3 200 × (49 ÷ 1,20 − 21) − 84 000	−20 533,33 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Résultat prévisionnel : **−20 533,33 €**. Le lancement est déficitaire à court terme selon les hypothèses de vente retenues.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de la compétence C3 du BUT Gestion administrative et commerciale des organisations, session 2026, porte le code 26-BUT-GACO-EP1 et dure 2 h 30, avec un coefficient indicatif de 3. À partir du lancement d'un kit de pique-nique réutilisable par Nature & Découvertes, elle évalue l'analyse juridique, le diagnostic stratégique, le ciblage, les préconisations marketing et les calculs de rentabilité commerciale.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- La part de marché en volume se calcule en divisant les ventes de l'enseigne par les ventes totales du marché, puis en multipliant par 100.
- Le prix HT se calcule en divisant le prix TTC par 1 + le taux de TVA exprimé en nombre décimal.
- La marge sur coût variable unitaire est égale au prix de vente HT diminué du coût variable unitaire.
- Le seuil de rentabilité en unités correspond aux charges fixes divisées par la marge sur coût variable unitaire.

Points de vigilance & attentes du jury

- En analyse juridique, distinguez les obligations de chaque partie et appliquez les règles aux faits selon le syllogisme.
- Pour la pénalité, calculez le pourcentage du prix total, vérifiez le plafond contractuel et précisez le pouvoir d'intervention du juge.
- Dans le diagnostic SWOT, justifiez chaque élément par un fait du dossier et distinguez les constats des préconisations.
- Pour les calculs, écrivez les formules et étapes, raisonnez en HT, indiquez les unités et respectez les arrondis demandés.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment convertir le prix TTC du kit en prix de vente HT ?

Divisez le prix TTC par 1,20 puisque le taux de TVA est de 20 %. Utilisez ensuite ce prix HT pour calculer la marge sur coût variable, le taux de marge et les indicateurs de rentabilité.

Q : Comment interpréter le seuil de rentabilité en unités ?

Il indique le nombre minimal de kits à vendre pour que les marges sur coûts variables couvrent les charges fixes spécifiques au lancement. En dessous, le résultat est négatif ; au-delà, il devient positif, selon les hypothèses retenues.

Q : Comment organiser son temps entre les trois parties de l'épreuve ?

Le sujet dure 2 h 30 et répartit 20 points entre trois parties : 7 points en droit, 7 en stratégie et 6 en analyse économique. Répartissez votre temps en conséquence et gardez une marge pour vérifier les calculs.

Q : Que faut-il montrer pour obtenir les points des calculs ?

Faites apparaître la formule, les données utilisées, les étapes de calcul, le résultat avec son unité et l'interprétation demandée. Arrondissez à deux décimales lorsque c'est pertinent, sauf le seuil en unités, à arrondir à l'unité supérieure.

Sujet officiel associé (PDF) : https://butgaco.fr/assets/annales/but-gaco/C3 - Concevoir la démarche marketing/2026/BUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations - C3 - Concevoir la démarche marketing - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

Ressources BUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations : 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.