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

BACHELOR UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

GESTION ADMINISTRATIVE ET COMMERCIALE DES ORGANISATIONS

ÉVALUATION DE LA COMPÉTENCE C3 : CONCEVOIR LA DÉMARCHE MARKETING

SESSION 2026

Durée : 2 h 30

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
GESTION ADMINISTRATIVE ET COMMERCIALE DES ORGANISATIONS	3,0 À TITRE INDICATIF

Moyens de calculs et matériel autorisés :

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé. L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collège », est autorisé.

Aucun document ou matériel autorisé en dehors de ceux fournis avec le sujet.

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

Ce sujet comporte 8 pages numérotées de 1/8 à 8/8.

Les documents réponses en fin de sujet sont à rendre avec la copie.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : NATURE & DÉCOUVERTES, ENSEIGNE DE DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE, FRANCE

Nature & Découvertes est une enseigne française de distribution spécialisée dans les produits liés à la nature, au bien-être et à la découverte. L'entreprise étudiée est présentée dans ce dossier sous la forme juridique de SAS et avec un effectif de cadrage de 900 salariés. Ces données de cadrage, ainsi que les données commerciales et financières des documents, sont celles du cas à traiter.

L'entreprise envisage de lancer un kit de pique-nique réutilisable, vendu en magasin et sur son site de commerce électronique, au prix public de 49 € TTC. Le lancement est prévu pour le printemps 2026. L'équipe marketing doit apprécier l'opportunité du projet, définir une démarche marketing cohérente et mesurer sa viabilité commerciale. Par ailleurs, un différend oppose l'entreprise à l'agence Atelier Pixel SAS, chargée de réaliser les contenus de la campagne de lancement.

Les trois parties sont indépendantes. Répondez de façon structurée en vous appuyant sur les documents techniques. Toute hypothèse ajoutée doit être explicitée. Le barème total est de 20 points.

PARTIE 1 : ANALYSE JURIDIQUE (7 points)

Analyser l'inexécution d'un contrat et proposer une solution juridiquement fondée

Nature & Découvertes a conclu avec Atelier Pixel SAS un contrat de conception de contenus numériques pour la campagne de lancement du kit. Le contrat, signé le 15 janvier 2026, prévoit la livraison de 12 contenus finalisés au plus tard le 15 février 2026, pour un prix total de 18 000 € HT. Une clause prévoit, en cas de retard imputable au prestataire, une pénalité de 0,5 % du prix total par jour de retard, plafonnée à 10 % du prix total. Le client a versé un acompte de 60 % à la signature. Au 20 février, seuls 5 contenus ont été remis et ils ne sont pas tous conformes au cahier des charges. Le lancement commercial est prévu le 1er mars. Nature & Découvertes a adressé une mise en demeure écrite le 22 février, demandant la livraison des contenus manquants et la mise en conformité sous 5 jours. Atelier Pixel invoque une surcharge de travail et conteste l'application des pénalités.

1.1 (2 points) 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.

1.2 (2 points) Présentez les règles de droit applicables à partir du DT 1. Vous indiquerez notamment les effets de la force obligatoire du contrat, l'exigence de bonne foi et les sanctions ouvertes au créancier en cas d'inexécution.

1.3 (3 points) Résolvez le litige en appliquant 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. Précisez dans quelles conditions le juge pourrait intervenir sur cette pénalité.

PARTIE 2 : ANALYSE MANAGÉRIALE ET STRATÉGIQUE (7 points)

Diagnostiquer le marché, définir un ciblage et formuler des préconisations marketing

La direction souhaite décider si le lancement doit être maintenu et sous quelle forme. Le DT 2 rassemble les informations de marché, les résultats d'une enquête exploratoire et les éléments de contexte retenus pour l'étude. Les réponses doivent distinguer les éléments établis dans le dossier des préconisations proposées.

2.1 (3 points) 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.

2.2 (2 points) 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.

2.3 (2 points) 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.

PARTIE 3 : ANALYSE ÉCONOMIQUE ET COMMERCIALE (6 points)

Exploiter des données chiffrées pour apprécier la rentabilité commerciale du lancement

Le DT 3 fournit les données nécessaires aux calculs. Les résultats seront arrondis à deux décimales lorsque cela est pertinent. Faites apparaître les formules et les étapes de calcul.

3.1 (1,5 point) 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.

3.2 (1,5 point) 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. Le taux de TVA applicable est de 20 %. Présentez les conversions et les calculs.

3.3 (2 points) Calculez le seuil de rentabilité en nombre de kits, puis le chiffre d'affaires HT correspondant. Les charges fixes spécifiques au lancement sont indiquées au DT 3. Arrondissez le seuil en volume à l'unité supérieure et expliquez le sens du résultat.

3.4 (1 point) 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.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : RESSOURCES JURIDIQUES : CONTRAT DE PRESTATION ET INEXÉCUTION

Code civil, article 1103 : « Les contrats légalement formés tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faits. »

Code civil, article 1104 : « Les contrats doivent être négociés, formés et exécutés de bonne foi. Cette disposition est d'ordre public. »

Code civil, article 1217 : « La partie envers laquelle l'engagement n'a pas été exécuté, ou l'a été imparfaitement, peut : refuser d'exécuter ou suspendre l'exécution de sa propre obligation ; poursuivre l'exécution forcée en nature de l'obligation ; solliciter une réduction du prix ; provoquer la résolution du contrat ; demander réparation des conséquences de l'inexécution. Les sanctions qui ne sont pas incompatibles peuvent être cumulées ; des dommages et intérêts peuvent toujours s'y ajouter. »

Code civil, article 1231-5 : « Lorsque le contrat stipule que celui qui manquera de l'exécuter paiera une certaine somme à titre de dommages et intérêts, il ne peut être alloué à l'autre partie une somme plus forte ni moindre. Néanmoins, le juge peut, même d'office, modérer ou augmenter la pénalité ainsi convenue si elle est manifestement excessive ou dérisoire. »

Jurisprudence : Cour de cassation, chambre commerciale, 3 novembre 1992, pourvoi n° 90-18.547, dit arrêt Huard. Visa : ancien article 1134 du Code civil. Extrait de l'attendu : la Cour reproche aux juges du fond de ne pas avoir recherché si, compte tenu de l'évolution du marché de la distribution des carburants, le fournisseur « n'avait pas l'obligation de permettre à son revendeur de pratiquer des prix concurrentiels ». La décision rappelle l'importance de l'exécution de bonne foi du contrat et de l'examen concret du comportement des parties. Elle ne signifie pas qu'une partie est automatiquement tenue de renégocier tout contrat devenu moins avantageux.

Dans le contrat étudié, le prix total est de 18 000 € HT et la clause de pénalité prévoit 0,5 % de ce prix par jour de retard, avec un plafond de 10 % du prix total. La pénalité contractuelle est distincte d'une éventuelle demande de réparation d'un préjudice complémentaire, qui doit être juridiquement justifiée.

DT 2 : DONNÉES DE MARCHÉ, ENQUÊTE ET ÉLÉMENTS DE CONTEXTE DU PROJET

Les données ci-dessous constituent le dossier de cadrage de la décision marketing pour le lancement du kit de pique-nique réutilisable.

Éléments du diagnostic marketing

Thème	Donnée ou fait retenu
Environnement réglementaire	Les communications commerciales doivent être loyales et ne pas induire le consommateur en erreur. Toute allégation environnementale doit être précise, vérifiable et proportionnée aux caractéristiques du produit.
Environnement économique	Le budget consacré aux achats non essentiels est sensible à l'inflation. Les consommateurs comparent davantage les prix et recherchent des produits durables dont l'usage permet de limiter les achats jetables.
Environnement socioculturel	Les sorties de plein air et les repas pris à l'extérieur sont des usages identifiés par l'équipe marketing. Les acheteurs interrogés expriment un intérêt pour des produits pratiques, faciles à nettoyer et réutilisables.
Environnement technologique	Le site marchand permet la vente en ligne, le retrait en magasin et l'exploitation de données de navigation et de conversion, sous réserve du respect des règles applicables aux données personnelles.
Environnement écologique	La réduction des emballages et des produits à usage unique constitue un critère de choix pour une partie des consommateurs. L'impact environnemental réel dépend toutefois des matériaux, de la durée d'utilisation et des conditions de production.
Environnement concurrentiel	Le marché comprend des enseignes de sport, des spécialistes de l'équipement de plein air et des vendeurs en ligne proposant des produits substituables.
Ressources de l'enseigne	L'enseigne dispose d'un réseau de magasins, d'un site de commerce électronique et d'une image associée à la découverte, au bien-être et à la nature.
Contrainte interne	Le calendrier de lancement est court. Le différend avec l'agence de communication menace la disponibilité des contenus numériques avant le 1er mars 2026.
Enquête exploratoire	Sur 500 personnes interrogées parmi des clients de l'enseigne, 62 % déclarent pratiquer au moins une sortie de plein air par mois. Parmi elles, 48 % se disent intéressées par un kit réutilisable si le prix reste inférieur ou égal à 50 € TTC.
Attentes déclarées	Les critères les plus souvent cités sont la facilité de nettoyage, la robustesse, le faible encombrement et la disponibilité des pièces ou éléments de remplacement.

Données de cadrage du cas

DT 3 : DONNÉES COMMERCIALES ET FINANCIÈRES DU LANCEMENT

Les données sont exprimées hors taxes sauf mention contraire. Le taux de TVA applicable au produit est de 20 %. Pour les calculs du lancement, le prix de vente public de 49 € TTC est appliqué à chaque kit vendu. Les coûts variables unitaires comprennent l'achat du kit, le conditionnement et les frais variables de préparation et de distribution.

Tableau de bord commercial et données prévisionnelles

Indicateur	Valeur	Unité ou précision
Ventes de l'enseigne sur la catégorie en 2025	120 000	kits équivalents vendus
Ventes totales du marché français sur la catégorie en 2025	1 600 000	kits équivalents vendus
Prix public du nouveau kit	49	€ TTC par kit
Taux de TVA	20	%
Coût variable unitaire	21	€ HT par kit
Charges fixes spécifiques au lancement	84 000	€ HT
Ventes prévisionnelles du nouveau kit	3 200	unités sur la période de lancement
Marché prévisionnel du segment ciblé	60 000	unités sur la période de lancement
Clients qualifiés susceptibles d'être exposés à l'offre	40 000	personnes
Taux de transformation retenu pour la prévision	8	% des clients qualifiés exposés

Données communiquées par la direction pour l'étude

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : analyse juridique, diagnostic stratégique et calculs

À RENDRE AVEC LA COPIE

Complétez les tableaux ci-dessous. Vous pouvez ajouter des lignes sur votre copie. Les réponses doivent être justifiées à l'aide des faits et des documents techniques.

Grille de résolution de la situation juridique

Étape du raisonnement juridique	Réponse du candidat
Qualification juridique des faits	.....
Problème de droit	.....
Règle de droit applicable	.....
Application de la règle aux faits	.....
Solution motivée	.....
Pénalité journalière et plafond	.....

À compléter pour les questions 1.1 à 1.3

Matrice de diagnostic SWOT

Forces	Faiblesses
.....	.....
.....	.....
.....	.....

À compléter pour la question 2.1

Opportunités et menaces

Opportunités	Menaces
.....	.....
.....	.....
.....	.....

À compléter pour la question 2.1

Feuille de calcul de la rentabilité commerciale

Calcul demandé	Formule ou opération	Résultat	Interprétation
Part de marché en volume de l'enseigne	.....	.....	.....
Prix de vente HT du kit	.....	.....	.....
Marge sur coût variable unitaire	.....	.....	.....
Taux de marge sur prix de vente HT	.....	.....	.....
Seuil de rentabilité en unités	.....	.....	.....
Chiffre d'affaires HT au seuil de rentabilité	.....	.....	.....
Résultat prévisionnel après charges fixes	.....	.....	.....

À compléter pour les questions 3.1 à 3.4

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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.