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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du Bac Pro TCV, veuillez visiter :
bacprotcv.fr/annales-sujets-et-corriges

Bac Pro TCV

Gestion commerciale d’un espace de vente

Session 2026 • Code sujet : **26-BCP-TCV-EP1** • Durée : **2 h 30** • Coefficient : **2**
indicatif

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse juridique : rupture de négociations commerciales et responsabilité précontractuelle (4 questions) **Page 3**

2. Analyse managériale et stratégique : diagnostic et préconisations commerciales (4 questions) **Page 6**

3. Analyse économique et gestion commerciale : marge, seuil de rentabilité et positionnement (3 questions) **Page 9**

4. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://bacprotcv.fr/assets/annales/bac-pro-tcv/Gestion commerciale d’un espace de vente/2026/Bac Pro TCV - Gestion commerciale d’un espace de vente - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse juridique : rupture de négociations commerciales et responsabilité précontractuelle

Au magasin Jardiland de Beaucouzé, des échanges ont eu lieu avec un fournisseur pour la réservation de 240 pots, mais aucun bon de commande signé n'a été transmis. Il faut analyser les conséquences juridiques de l'interruption des pourparlers à partir des faits et des règles fournies.

Question 1.1. Qualifiez juridiquement les faits utiles en distinguant les éléments qui établissent l'existence de négociations de ceux qui permettent d'apprécier leur degré d'avancement.

Les échanges durant plusieurs semaines, le tarif communiqué et les discussions sur la livraison établissent l'existence de pourparlers précontractuels entre le magasin et le fournisseur. Leur avancée est attestée par la proposition de réserver 240 pots. Toutefois, le fournisseur a expressément subordonné l'enregistrement définitif de la commande à la réception d'un bon signé. Aucun bon n'ayant été signé ni transmis, les éléments montrent des négociations avancées, mais pas la formation certaine d'un contrat de vente.

Qualification juridique des faits

Étape du raisonnement juridique	Réponse du candidat
Qualification juridique des faits	Pourparlers, sans contrat
Problème de droit	.....
Règle de droit applicable	.....
Solution motivée pour l'espèce	.....

À compléter pour les questions 1.1 à 1.4

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pourparlers établis et avancés, mais aucun contrat de vente n'est formé faute de bon de commande signé.

Question 1.2. Formulez le problème de droit auquel le magasin est confronté à la suite de l'interruption des échanges par le fournisseur.

> Le fournisseur pouvait-il interrompre librement les négociations sans engager sa responsabilité, alors que les échanges avaient avancé jusqu'à une réservation envisagée de 240 pots, mais qu'aucun bon de commande signé n'avait été transmis ?

La question porte donc sur deux points distincts : l'existence d'un contrat permettant d'exiger la livraison et le caractère éventuellement fautif des circonstances de la rupture des pourparlers.

Problème de droit

Étape du raisonnement juridique	Réponse du candidat
Qualification juridique des faits	.....
Problème de droit	Rupture fautive ? .....
Règle de droit applicable	.....
Solution motivée pour l'espèce	.....

À compléter pour les questions 1.1 à 1.4

✓ RÉPONSE À RETENIR

Sans contrat, le magasin peut-il exiger la livraison ou obtenir réparation si la rupture des pourparlers est fautive ?

Question 1.3. Présentez la règle de droit applicable en mobilisant les dispositions du DT 1 et la décision reproduite au DT 2. Distinguez la liberté de rompre les pourparlers de l'éventuelle responsabilité liée aux circonstances de cette rupture.

Selon les articles 1112 et 1104 du Code civil, les pourparlers sont libres dans leur initiative, leur déroulement et leur rupture, mais doivent respecter la bonne foi. L'article 1240 permet la réparation d'un dommage causé par une faute. La décision Manoukian précise que la rupture n'engage la responsabilité que si ses circonstances sont fautives.

- Il faut établir une faute, un préjudice certain et un lien de causalité.
- L'indemnisation couvre les conséquences directes de la faute, mais pas les gains attendus du contrat ni la perte de chance de les obtenir.

Règle de droit applicable

Étape du raisonnement juridique	Réponse du candidat
Qualification juridique des faits	.....
Problème de droit	.....
Règle de droit applicable	Liberté, bonne foi, réparation limitée .....
Solution motivée pour l'espèce	.....

À compléter pour les questions 1.1 à 1.4

✓ RÉPONSE À RETENIR

La rupture est libre, sauf faute dans ses circonstances; seuls les préjudices directs et certains sont réparables, hors gains espérés et perte de chance.

Question 1.4. Appliquez la règle aux faits. Indiquez si le magasin peut exiger la livraison des 240 pots ou demander réparation, puis précisez les éléments qu'il devrait établir et les limites de l'indemnisation envisageable.

1. Le magasin ne peut pas exiger la livraison des 240 pots : la commande était conditionnée à un bon signé, qui n'existe pas.
2. Il peut demander réparation seulement s'il démontre une faute du fournisseur dans les circonstances de la rupture, un préjudice certain et un lien causal. La durée des échanges, la proposition de réservation et le caractère éventuellement brutal de l'interruption peuvent être examinés. La simple attribution du stock à un autre client ne suffit pas, à elle seule, à établir une faute.
3. L'indemnisation peut couvrir des frais directement engagés pour les négociations, mais non la marge espérée sur la vente ni la perte de chance de la réaliser.

Solution motivée pour l'espèce

Étape du raisonnement juridique	Réponse du candidat
Qualification juridique des faits	.....
Problème de droit	.....
Règle de droit applicable	.....
Solution motivée pour l'espèce	Pas de livraison; réparation sous conditions

À compléter pour les questions 1.1 à 1.4

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pas de livraison exigible; réparation seulement si faute, préjudice certain et lien causal sont prouvés, hors bénéfices attendus.

2. Analyse managériale et stratégique : diagnostic et préconisations commerciales

La direction souhaite renforcer l'attractivité du rayon et sécuriser une opération de printemps consacrée aux pots de plantation, par la mise en avant des produits, une communication locale et une organisation adaptée des équipes. Les candidats exploitent les données de gestion et les éléments de contexte pour établir des diagnostics et proposer des actions de suivi.

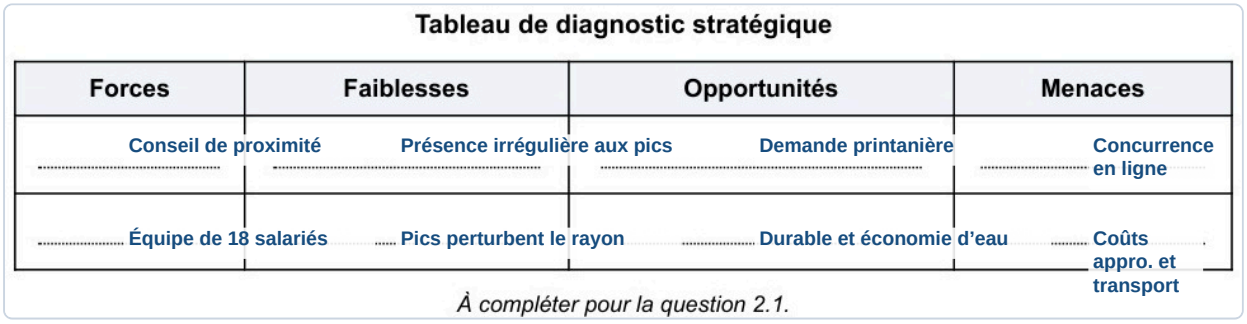
Question 2.1. Réalisez un diagnostic SWOT en identifiant au moins une force, une faiblesse, une opportunité et une menace. Justifiez chaque élément à partir des données fournies.

Le SWOT distingue les éléments internes, sur lesquels le magasin peut agir, des facteurs externes. Les forces et faiblesses décrivent ses ressources et ses limites ; les opportunités et menaces proviennent de son environnement.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Équipe formée au conseil et proximité.	Disponibilités en rayon irrégulières aux pics.	Hausse saisonnière de la demande au printemps.	Concurrence des plateformes en ligne.
Équipe de 18 salariés.	Risque de moindre disponibilité lors des pics.	Intérêt croissant pour le durable et l'économie d'eau.	Variation possible des coûts d'approvisionnement et de transport.

Le magasin peut valoriser son conseil et la demande printanière, mais doit améliorer la disponibilité en rayon et se différencier des plateformes. Les coûts variables constituent également un risque pour l'opération.

SWOT complété



✓ RÉPONSE À RETENIR

Force : conseil de proximité. Faiblesse : disponibilité irrégulière aux pics. Opportunités : demande printanière et intérêt pour le durable. Menaces : concurrence en ligne et coûts variables.

Question 2.2. Présentez un diagnostic PESTEL synthétique portant sur au moins quatre dimensions pertinentes. Pour chaque dimension retenue, indiquez un facteur d'environnement et son effet possible sur l'activité du rayon.

Le PESTEL examine les facteurs externes qui peuvent influer sur le rayon. Les dimensions ci-dessous reprennent les éléments du cas ; aucun facteur politique spécifique n'est indiqué. Les effets formulés sont des conséquences possibles, et non des certitudes.

Dimension	Facteur d'environnement	Effet possible sur le magasin
Politique	Aucun facteur politique spécifique fourni.	Aucun effet particulier à déduire.
Économique	Hausse saisonnière de la demande et coûts d'approvisionnement variables.	Ventes potentiellement accrues au printemps, mais coûts et marge exposés.
Socioculturelle	Intérêt pour les produits durables et les conseils d'économie d'eau.	Adapter l'offre et valoriser le conseil.
Technologique	Plateformes de vente en ligne proposant des produits comparables.	Concurrence accrue ; renforcer le service en magasin.
Environnementale	Recherche de solutions économes en eau.	Mettre en avant les produits adaptés à cette attente.
Légale	Obligation d'informer clairement sur les prix.	Afficher des prix exacts et lisibles.

Les dimensions économiques, socioculturelles, technologiques, environnementales et légales sont directement étayées par les données fournies. La dimension politique est indiquée sans lui attribuer un facteur absent du cas.

PESTEL complété

Dimension	Facteur d'environnement	Effet possible sur le magasin
Politique	Aucun facteur fourni	Aucun effet à déduire
Économique	Demande de printemps, coûts variables	Ventes possibles, marge exposée
Socioculturelle	Intérêt pour le durable	Adapter offre et conseil
Technologique	Plateformes en ligne	Concurrence accrue
Environnementale	Économie d'eau recherchée	Valoriser les solutions adaptées
Légale	Information claire sur les prix	Afficher des prix lisibles

À compléter pour la question 2.2.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Facteurs à suivre : saisonnalité et coûts, attentes durables, concurrence en ligne et information claire sur les prix.

Question 2.3. Analysez la cohérence des choix envisagés par la direction : mise en avant des produits, communication locale et organisation des équipes. Appuyez votre réponse sur au moins deux éléments du diagnostic.

Les trois choix sont cohérents avec le diagnostic. La mise en avant des pots répond à la hausse saisonnière de la demande et peut valoriser les produits durables ainsi que les solutions économes en eau. Une communication locale peut attirer les clients en magasin et différencier l'offre des plateformes grâce au conseil de proximité.

L'organisation des équipes répond aux disponibilités irrégulières en rayon lors des pics : renforcer les présences aux heures de forte fréquentation favorise le conseil et limite les ventes perdues. Pour que l'opération reste attractive, il faut aussi surveiller les stocks et afficher des prix clairs.

Justification des choix de la direction



✓ RÉPONSE À RETENIR

Les choix répondent à la saisonnalité, aux attentes durables et à la concurrence en ligne, à condition de suivre les stocks et les prix.

Question 2.4. Proposez deux actions managériales ou commerciales concrètes pour sécuriser l'opération et améliorer la satisfaction client. Pour chacune, précisez l'objectif poursuivi et un indicateur de suivi pertinent.

Deux actions concrètes peuvent sécuriser l'opération et améliorer l'expérience client :

1. **Sécuriser les approvisionnements :** confirmer les quantités et les délais auprès du fournisseur, puis contrôler les ventes et le stock chaque jour. Objectif : limiter les ruptures. Indicateur : taux de disponibilité des pots ou nombre de jours de rupture.
2. **Organiser le service en période de pointe :** planifier des salariés formés au conseil sur les créneaux fréquentés et rendre la signalétique des prix et des produits lisible. Objectif : faciliter le choix et réduire l'attente. Indicateur : temps d'attente moyen ou satisfaction client.

Les indicateurs doivent être suivis pendant l'opération afin de corriger rapidement les écarts de stock ou d'organisation.

Actions et indicateurs de suivi



✓ RÉPONSE À RETENIR

Confirmer et suivre les stocks ; renforcer le conseil aux heures de pointe. Mesurer la disponibilité, les ruptures, l'attente et la satisfaction.

3. Analyse économique et gestion commerciale : marge, seuil de rentabilité et positionnement

Le magasin étudie l'achat de 240 pots pour une opération de printemps, avec des coûts d'achat, des coûts variables complémentaires et des coûts fixes spécifiques. Les candidats calculent des indicateurs de rentabilité et estiment la part du marché local représentée par le chiffre d'affaires annuel du rayon.

Question 3.1. Calculez la marge commerciale unitaire et le taux de marque prévisionnel. Présentez les calculs et indiquez les unités ou le pourcentage obtenu.

La marge commerciale unitaire est la différence entre le prix de vente HT et le coût d'achat HT. Le taux de marque rapporte cette marge au prix de vente HT.

Indicateur	Formule et calcul	Résultat
Marge commerciale unitaire	32 - 18	14 € HT par pot
Taux de marque	(32 - 18) ÷ 32 × 100	43,75 %

La marge commerciale représente 43,75 % du prix de vente HT prévu pour l'opération.

DR 2 complété : marge et taux de marque

Indicateur demandé	Calcul	Résultat et unité
Marge commerciale unitaire	32 - 18	14 € / pot
Taux de marque	(32 - 18) / 32 × 100	43,75 %

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge commerciale unitaire : 14 € HT par pot. Taux de marque : 43,75 %.

Question 3.2. Calculez la marge sur coût variable unitaire, puis le seuil de rentabilité de l'opération en nombre de pots. Déterminez également le chiffre d'affaires HT correspondant à ce seuil. Indiquez si la quantité prévue à l'achat permet d'atteindre ce seuil si tous les pots sont vendus et justifiez votre réponse.

La marge sur coût variable unitaire déduit du prix de vente le coût d'achat et le coût variable complémentaire. Le seuil de rentabilité correspond aux coûts fixes divisés par cette marge.

Indicateur	Formule et calcul	Résultat
Marge sur coût variable unitaire	32 - 18 - 2	12 € par pot
Seuil de rentabilité	1 200 ÷ 12	100 pots
Chiffre d'affaires HT au seuil	100 × 32	3 200 € HT

La quantité achetée suffit si tous les pots sont vendus : 240 pots dépassent le seuil de 100. Le seuil couvre les coûts fixes spécifiques de l'opération.

DR 2 complété : marge variable et seuil

Marge sur coût variable unitaire	32 - 18 - 2	12 € / pot
Seuil de rentabilité en unités	1 200 / 12	100 pots
Chiffre d'affaires HT au seuil de rentabilité	100 × 32	3 200 € HT

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge sur coût variable : 12 € par pot. Seuil : 100 pots, soit 3 200 € HT. Les 240 pots suffisent si tous sont vendus.

Question 3.3. Calculez la part du marché local représentée par le chiffre d'affaires annuel HT du rayon. Présentez le résultat en pourcentage et formulez une conclusion commerciale prudente sur le positionnement du rayon, en précisant une limite de cet indicateur.

La part du marché local représentée par le rayon se calcule en divisant son chiffre d'affaires annuel HT par le chiffre d'affaires annuel HT estimé du marché, puis en multipliant par 100.

Indicateur	Formule et calcul	Résultat
Part du marché local représentée par le rayon	(315 000 ÷ 4 500 000) × 100	7 %

Le rayon représente 7 % du marché local estimé en chiffre d'affaires. Cette part donne un repère de positionnement, mais reste indicative : la comparaison dépend de la fiabilité des estimations et de périmètres réellement comparables.

DR 2 complété : part du marché local

Part du marché local représentée par le rayon	315 000 / 4 500 000 × 10 7 %	

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le chiffre d'affaires annuel HT du rayon représente 7 % du marché local estimé.

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

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de gestion commerciale du bac professionnel Technicien conseil-vente, session 2026, porte le code 26-BCP-TCV-EP1 et dure 2 h 30, avec un coefficient indicatif de 2. Le cas Jardiland de Beaucouzé évalue l'analyse juridique de pourparlers, le diagnostic stratégique d'un rayon de jardinage et les calculs de marge, de seuil de rentabilité et de part de marché.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Les négociations précontractuelles sont libres, mais doivent respecter la bonne foi ; une rupture fautive peut engager la responsabilité si faute, préjudice certain et lien de causalité sont établis.
- L'indemnisation d'une rupture fautive ne couvre pas les gains espérés du contrat non conclu ni la perte de chance de les obtenir.
- Marge commerciale unitaire = prix de vente HT moins coût d'achat HT ; taux de marque = marge commerciale divisée par prix de vente HT, multipliée par 100.
- Marge sur coût variable unitaire = prix de vente HT moins les coûts variables unitaires ; seuil de rentabilité en unités = coûts fixes divisés par cette marge.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le syllogisme juridique, distinguez les faits, le problème de droit, la règle applicable et la solution motivée.
- Ne confondez pas négociations avancées et contrat conclu : vérifiez si la commande était subordonnée à un bon signé.
- Pour le SWOT et le PESTEL, justifiez chaque facteur avec les données du sujet et expliquez son effet possible sur le rayon.
- Présentez les étapes de calcul, les unités et les conclusions demandées ; distinguez coûts variables, coûts fixes et données annuelles.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le seuil de rentabilité en nombre de pots ?

Calculez d'abord la marge sur coût variable unitaire en retranchant tous les coûts variables unitaires du prix de vente HT. Divisez ensuite les coûts fixes spécifiques par cette marge et exprimez le résultat en pots.

Q : Le fournisseur doit-il livrer les pots si aucun bon de commande n'a été signé ?

La commande devait être définitivement enregistrée après réception d'un bon signé, qui n'a pas été transmis. Le magasin ne peut donc pas déduire automatiquement qu'un contrat de vente a été conclu.

Q : Comment gérer les 2 h 30 de l'épreuve ?

Le sujet ne fixe pas de durée par partie. Il répartit les 20 points entre analyse juridique, analyse managériale et stratégique, puis analyse économique et gestion commerciale. Répartissez votre temps selon les questions et justifiez vos calculs.

Q : Qu'attend-on pour obtenir des points dans le diagnostic stratégique ?

Le sujet demande des éléments précis, justifiés par les données fournies. Pour le SWOT, identifiez une force, une faiblesse, une opportunité et une menace ; pour le PESTEL, reliez chaque facteur à un effet possible sur l'activité du rayon.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bacprotcv.fr/assets/annales/bac-pro-tcv/Gestion commerciale d'un espace de vente/2026/Bac Pro TCV - Gestion commerciale d'un espace de vente - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources Bac Pro TCV : 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.