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

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

TECHNICIEN CONSEIL-VENTE : PRODUITS ALIMENTAIRES ET BOISSONS

SESSION 2026

ÉPREUVE E5 : CHOIX TECHNIQUES

Coefficient : 2 Durée : 2 h 30

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

Composition de l'épreuve	Support
PARTIE 1 : Analyse de la situation contractuelle (7 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 2 : Diagnostic du produit et choix de valorisation (7 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 3 : Analyse commerciale et financière (6 points)	Dossier Questionnement
DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES (DT 1, DT 2, DT 3)	Fourni avec le sujet
DOCUMENTS RÉPONSES (DR 1) : À RENDRE AVEC LA COPIE	Fin de sujet

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé.

Ce sujet comporte 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

LES DOCUMENTS RÉPONSES SITUÉS EN FIN DE DOSSIER SONT À COMPLÉTER ET À RENDRE OBLIGATOIREMENT AVEC LA COPIE.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : BIOCOOP SA COOP, RÉSEAU DE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ DANS LES PRODUITS BIOLOGIQUES. LA SITUATION PORTE SUR UN POINT DE VENTE ADHÉRENT SITUÉ À RENNES, EN ILLE-ET-VILAINE. LES DONNÉES PROPRES AU POINT DE VENTE SONT DES DONNÉES DE CAS.

Le point de vente souhaite référencer une nouvelle compote biologique en gourde, destinée notamment aux achats nomades et aux familles. Vous êtes chargé de contribuer au choix du produit et à la préparation de son implantation commerciale.

Le réseau Biocoop est une société anonyme coopérative à capital variable qui exerce une activité de distribution alimentaire spécialisée. Le magasin étudié emploie 12 personnes. Son positionnement repose sur la sélection de produits biologiques, la qualité de l'information apportée au client et la valorisation de filières identifiées.

Le fournisseur pressenti a confirmé par courriel une commande de 900 unités, puis a annoncé qu'il ne pourrait pas la livrer à la date convenue. Le magasin doit analyser la situation, apprécier l'intérêt commercial du produit et établir une proposition d'implantation à partir du dossier technique.

Les réponses sont à rédiger sur la copie et sur le document réponse fourni. Les données du cas sont réputées exactes pour les besoins de l'épreuve. Les questions de droit portent exclusivement sur les textes reproduits dans le dossier.

PARTIE 1 : Analyse de la situation contractuelle (7 points)

Qualifier les faits et mobiliser les règles juridiques fournies

Le 10 mars, le magasin transmet au fournisseur une commande de 900 gourdes de compote à 1,20 € HT l'unité, avec une livraison prévue le 1er avril. Le fournisseur répond par courriel : « Commande confirmée pour 900 unités, livraison le 1er avril au prix convenu. » Le 20 mars, il informe le magasin qu'il ne livrera pas, en invoquant une insuffisance de stock. Le magasin avait déjà engagé 250 € pour la préparation du présentoir et 180 € pour des supports de communication propres au lancement.

Vous construirez votre analyse selon les étapes du syllogisme juridique : qualification juridique des faits, problème de droit, règle applicable, solution motivée dans l'espèce. Les extraits de textes et de décision figurent dans le DT 2.

Éléments de la situation contractuelle

Élément	Donnée
Commande transmise	10 mars : 900 unités à 1,20 € HT l'unité
Réponse du fournisseur	Confirmation écrite de la quantité, du prix et de la date
Livraison prévue	1er avril
Annonce de non-livraison	20 mars : insuffisance de stock
Dépenses déjà engagées	Présentoir : 250 € ; communication : 180 €

Données communiquées par le magasin et le fournisseur.

1.1 (1 point) Qualifiez juridiquement les faits utiles. Précisez notamment la nature des échanges entre le magasin et le fournisseur et les obligations que chacun a acceptées.

1.2 (1 point) Formulez le problème de droit auquel le magasin est confronté à la suite de l'annonce de non-livraison.

1.3 (2 points) À partir des textes et de la décision reproduits dans le DT 2, présentez les règles applicables à la force obligatoire du contrat, à l'exécution de bonne foi et aux conséquences possibles d'une inexécution.

1.4 (3 points) Résolvez le problème de droit dans cette situation. Justifiez si le magasin peut invoquer une inexécution contractuelle et indiquez les démarches qu'il peut envisager. Distinguez les dépenses déjà engagées de leur éventuelle indemnisation, qui dépend de la preuve du préjudice, du lien de causalité et des conditions légales applicables.

PARTIE 2 : Diagnostic du produit et choix de valorisation (7 points)

Situer le produit sur son marché et proposer une action commerciale cohérente

Le point de vente envisage de référencer une compote biologique en gourde de 90 g. Les informations de marché, les caractéristiques du produit et les éléments relatifs à l'environnement de l'entreprise figurent dans les DT 1 et DT 2. Les chiffres de marché sont des données de cas et ne constituent pas des statistiques nationales.

Votre diagnostic doit distinguer les éléments internes à l'entreprise de ceux de son environnement. Toute préconisation doit être justifiée par les informations du dossier.

Données de marché du secteur étudié

Indicateur	Donnée
Ventes annuelles estimées de compotes nomades dans la zone	12 000 unités
Ventes annuelles de produits biologiques dans cette catégorie	4 200 unités
Prix TTC observés pour une gourde de 90 g	De 0,95 € à 1,35 €
Produit envisagé	Biologique, pomme-poire, gourde recyclable selon la filière locale indiquée par le fournisseur
Prix de vente TTC envisagé	2,22 €

Données de cas fournies par le magasin pour sa zone de chalandise.

2.1 (3 points) Réalisez un diagnostic synthétique du projet à l'aide des éléments des DT 1 et DT 2 : présentez au moins une force et une faiblesse internes, puis une opportunité et une menace externes. Chaque élément doit être relié à une donnée précise du dossier.

2.2 (2 points) Classez dans le tableau du DR 1 les facteurs du dossier relevant des dimensions politique, économique, socioculturelle, technologique, environnementale et légale du PESTEL. Pour chaque facteur retenu, indiquez brièvement son effet possible sur le projet.

2.3 (2 points) Proposez deux actions de valorisation commerciale adaptées au positionnement du magasin et aux caractéristiques du produit. Pour chacune, précisez l'objectif recherché et justifiez votre choix à partir du dossier.

PARTIE 3 : Analyse commerciale et financière (6 points)

Exploiter les données chiffrées pour apprécier la rentabilité prévisionnelle

Le fournisseur propose un prix d'achat de 1,20 € HT par unité. Le magasin envisage un prix de vente de 2,22 € TTC. Le taux de TVA applicable à ce produit est de 5,5 %. Les coûts fixes directement liés au lancement sont estimés à 840 €. Le magasin prévoit de vendre 1 200 unités pendant la période de lancement.

Pour les calculs, les résultats monétaires seront arrondis au centime et les pourcentages à deux décimales. Les formules nécessaires figurent dans le DT 3.

Prévisionnel simplifié du lancement

Donnée	Valeur
Prix d'achat unitaire HT	1,20 €
Prix de vente unitaire TTC envisagé	2,22 €
Taux de TVA	5,5 %
Coûts fixes spécifiques au lancement	840 €
Quantité prévisionnelle vendue	1 200 unités

Montants exprimés en euros, sauf indication contraire.

3.1 (2 points) Calculez le prix de vente unitaire HT, la marge commerciale unitaire, le taux de marque et le taux de marge. Présentez les calculs et les résultats. Utilisez les formules données dans le DT 3.

3.2 (2 points) Calculez le seuil de rentabilité en nombre d'unités à vendre pour couvrir les coûts fixes du lancement. Précisez la quantité entière minimale à atteindre.

3.3 (2 points) À partir de la prévision de 1 200 unités, calculez la contribution prévisionnelle après prise en compte des coûts fixes spécifiques au lancement. Concluez sur la faisabilité économique du lancement au regard des seules données disponibles, puis indiquez une limite de votre analyse.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : ENTREPRISE, ENVIRONNEMENT COMMERCIAL ET PRODUIT ENVISAGÉ

Biocoop SA Coop est une société anonyme coopérative à capital variable active dans la distribution alimentaire spécialisée. Le réseau met en avant les produits biologiques et la traçabilité des approvisionnements. Le point de vente étudié est un magasin adhérent situé à Rennes et employant 12 personnes. Les informations propres à ce magasin et les données chiffrées de marché ci-dessous sont des données de cas.

Positionnement et ressources internes : le magasin dispose d'une clientèle régulière sensible à l'origine et à la composition des produits. L'équipe peut conseiller les clients au rayon épicerie. L'espace disponible pour les nouveautés est limité et le magasin ne dispose pas de données historiques de vente pour cette référence.

Environnement du projet : la zone de chalandise compte plusieurs commerces alimentaires et deux enseignes proposant des produits biologiques. Les ventes annuelles estimées de compotes nomades sont de 12 000 unités, dont 4 200 unités biologiques. Les prix TTC observés pour une gourde de 90 g se situent entre 0,95 € et 1,35 €. Les clients interrogés par le magasin citent la praticité, la composition et le prix parmi leurs critères de choix.

Produit proposé : compote biologique pomme-poire, conditionnée en gourde de 90 g, sans sucres ajoutés selon la fiche fournisseur. Le fournisseur indique que l'emballage est recyclable dans les filières locales qui acceptent ce type d'emballage. Le magasin doit vérifier les consignes locales de tri avant toute communication sur la recyclabilité.

Facteurs d'environnement communiqués pour l'analyse : les règles relatives à l'information loyale sur les caractéristiques d'un produit s'appliquent aux pratiques commerciales ; les consommateurs expriment un intérêt pour les produits biologiques et les emballages réduisant leur impact ; les coûts d'achat et de transport peuvent évoluer ; la présence de concurrents proposant des produits biologiques facilite la comparaison des prix.

Synthèse des informations commerciales du projet

Thème	Information disponible
Entreprise	Magasin adhérent Biocoop à Rennes, 12 salariés
Clientèle	Clientèle régulière sensible à l'origine et à la composition
Marché local	12 000 unités de compotes nomades par an, dont 4 200 biologiques
Concurrence	Deux enseignes proposant des produits biologiques dans la zone
Produit	Compote biologique pomme-poire, gourde de 90 g
Point de vigilance	Vérifier la filière locale avant toute affirmation sur la recyclabilité
Contrainte interne	Espace limité pour les nouveautés et absence d'historique de vente

Données du cas fournies par le magasin et le fournisseur.

DT 2 : RESSOURCES JURIDIQUES ET INFORMATIONS RELATIVES AU LANCEMENT

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 : en cas d'inexécution ou d'exécution imparfaite, la partie envers laquelle l'engagement n'a pas été exécuté peut notamment poursuivre l'exécution forcée, solliciter une réduction du prix, provoquer la résolution du contrat ou demander réparation des conséquences de l'inexécution, sous réserve des conditions applicables.

Code de la consommation, article L. 121-2, extrait : une pratique commerciale est trompeuse lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, notamment sur les caractéristiques essentielles d'un bien ou sur les résultats attendus de son utilisation.

Cour de cassation, chambre commerciale, 3 novembre 1992, pourvoi n° 90-18.547, arrêt Huard : décision rendue au visa de l'ancien article 1134, alinéa 3, du Code civil, relatif à l'exécution de bonne foi des conventions. Extrait reformulé : la Cour approuve les juges du fond d'avoir retenu la responsabilité du fournisseur qui, dans les circonstances de l'espèce, n'avait pas recherché de solution permettant à son cocontractant de faire face à la concurrence, alors que la bonne foi devait gouverner l'exécution de leurs relations contractuelles. Cette décision porte sur une situation particulière de relations commerciales et ne dispense pas d'examiner les faits de chaque litige.

Information commerciale : le magasin ne peut présenter comme certaine une caractéristique environnementale qui n'est pas étayée. Pour le produit envisagé, le fournisseur indique que l'emballage est recyclable dans les filières locales qui l'acceptent ; cette condition doit être conservée dans toute communication destinée aux clients.

Repères pour l'analyse juridique et commerciale

Ressource	Apport à l'analyse
Code civil, article 1103	Force obligatoire du contrat légalement formé
Code civil, article 1104	Exigence de bonne foi dans la négociation, la formation et l'exécution
Code civil, article 1217	Voies de droit envisageables en cas d'inexécution
Code de la consommation, article L. 121-2	Interdiction des pratiques commerciales trompeuses
Cass. com., 3 novembre 1992, n° 90-18.547	Illustration contextualisée de l'exigence de bonne foi dans les relations contractuelles

Textes et informations reproduits dans le présent document.

DT 3 : DONNÉES DE GESTION ET FORMULES DE CALCUL

Le prix d'achat unitaire est de 1,20 € HT. Le prix de vente envisagé est de 2,22 € TTC. Le taux de TVA applicable indiqué pour le cas est de 5,5 %. Les coûts fixes directement imputables au lancement sont évalués à 840 €. La prévision de vente est de 1 200 unités.

Formules :

- Prix de vente HT : prix de vente TTC ÷ (1 + taux de TVA).
- Marge commerciale unitaire : prix de vente HT - prix d'achat HT.
- Taux de marque : marge commerciale ÷ prix de vente HT × 100.
- Taux de marge : marge commerciale ÷ prix d'achat HT × 100.
- Seuil de rentabilité en unités : coûts fixes ÷ marge sur coût variable unitaire. Dans ce cas simplifié, la marge commerciale unitaire est assimilée à la marge sur coût variable unitaire.
- Contribution après coûts fixes du lancement : (marge commerciale unitaire × quantité vendue) - coûts fixes du lancement.

Cette analyse simplifiée ne comprend pas les autres charges de fonctionnement du magasin, les invendus éventuels, les remises, les coûts de personnel ni les variations de prix ou de volumes.

Tableau de bord prévisionnel du lancement

Indicateur	Valeur
Prix d'achat unitaire HT	1,20 €
Prix de vente unitaire TTC	2,22 €
TVA	5,5 %
Coûts fixes liés au lancement	840 €
Ventes prévisionnelles	1 200 unités

Données du cas à utiliser pour les calculs.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : questions 2.2 et 3.1 à 3.3 | **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez les tableaux ci-dessous. Pour les calculs, inscrivez les opérations et les résultats avec les unités demandées. Pour la question 2.2, sélectionnez dans les DT les facteurs pertinents et indiquez leur effet possible sur le projet.

Question 2.2 : Tableau de diagnostic PESTEL à compléter

Dimension	Facteur du dossier	Effet possible sur le projet
Politique	.....	.....
Économique	.....	.....
Socioculturelle	.....	.....
Technologique	.....	.....
Environnementale	.....	.....
Légale	.....	.....

Une réponse argumentée est attendue pour les facteurs retenus.

Questions 3.1 à 3.3 : Tableau de calculs commerciaux

Indicateur	Calcul	Résultat
Prix de vente unitaire HT	.....	.....
Marge commerciale unitaire	.....	.....
Taux de marque	.....	.....
Taux de marge	.....	.....
Seuil de rentabilité en unités	.....	.....
Contribution prévisionnelle après coûts fixes	.....	.....

Compléter avec les calculs, les résultats et les unités.

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.