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 BUT TC, veuillez visiter :
buttc.fr/annales-sujets-et-corriges

BACHELOR UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

ÉVALUATION DE LA COMPÉTENCE C12 : PARTICIPER À LA STRATÉGIE MARKETING ET COMMERCIALE DE L'ORGANISATION

SESSION 2026

Durée : 2 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION	3,0 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 9 pages numérotées de 1/9 à 9/9.

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

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : FNAC DARTY SA, SIÈGE SOCIAL À IVRY-SUR-SEINE, VAL-DE-MARNE

Le BUT Techniques de commercialisation est évalué en contrôle continu intégral. Le programme national définit les compétences et apprentissages critiques, mais ne fixe pas une épreuve écrite nationale standardisée intitulée C12, ni une durée ou un coefficient national propres à cette épreuve. Les modalités indiquées ici correspondent au format retenu pour cette évaluation.

Vous intervenez comme membre d'une équipe commerciale de Fnac Darty SA, entreprise de distribution spécialisée dans les produits culturels, électroniques et électroménagers, ainsi que dans les services associés. Le groupe emploie environ 25 000 personnes. Les données commerciales et contractuelles du dossier sont des données fictives établies pour le cas présenté et ne constituent pas des données publiées par l'entreprise.

Une opération commerciale consacrée à la réparation et au réemploi, conçue pour accroître les ventes de produits reconditionnés et la souscription de services, a été perturbée par le retard d'un prestataire chargé de contenus numériques. Vous devez analyser les suites contractuelles possibles, établir un diagnostic stratégique et exploiter les résultats commerciaux de l'opération. Répondez de manière structurée en vous appuyant sur les documents techniques DT 1 à DT 3. Les calculs doivent faire apparaître les formules, les valeurs utilisées et les unités.

PARTIE 1 : ANALYSE JURIDIQUE DE LA SITUATION CONTRACTUELLE (7 points)

Qualifier les faits et appliquer le syllogisme juridique

À partir de la situation exposée et des documents DT 1 et DT 2, analysez le litige opposant Fnac Darty SA à son prestataire Studio Pixel SAS. Vous suivrez explicitement les étapes du syllogisme juridique : qualification juridique des faits, problème de droit, règle de droit applicable et solution motivée au regard de l'espèce.

1.1 (1,5 point) Qualifiez juridiquement les parties, le contrat conclu et les faits à l'origine du litige. Distinguez les faits utiles des éléments de contexte.

1.2 (1 point) Formulez le problème de droit sous la forme d'une question précise portant sur les recours dont dispose Fnac Darty SA après le retard du prestataire et l'envoi de la mise en demeure.

1.3 (2 points) Exposez les règles de droit applicables à l'inexécution et au retard contractuels. Appuyez votre réponse sur les extraits législatifs du DT 1 et expliquez la portée de l'obligation de bonne foi éclairée par l'arrêt présenté au DT 2.

1.4 (2,5 points) Résolvez le cas en appliquant les règles aux faits. Indiquez si la clause de résolution paraît mobilisable, calculez l'indemnité forfaitaire prévue pour le retard et précisez les limites d'une demande de réparation supplémentaire. Justifiez chaque conclusion à partir du contrat et des documents juridiques.

PARTIE 2 : ANALYSE MANAGÉRIALE ET STRATÉGIQUE (7 points)

Établir un diagnostic, analyser les choix et proposer un plan d'action

Vous êtes chargé de contribuer à la stratégie marketing et commerciale de l'équipe. Appuyez-vous sur la mise en situation et sur les informations du DT 3. Le diagnostic doit distinguer les éléments internes des facteurs de l'environnement. Toute préconisation doit être reliée à un constat et tenir compte des parties prenantes concernées.

Repères du diagnostic stratégique

Dimension	Donnée du cas
Positionnement	Distribution spécialisée, conseil en magasin, vente en ligne et services de réparation
Offre concernée	Produits reconditionnés, réparation et services associés
Environnement réglementaire	Renforcement des obligations d'information du consommateur et développement des exigences liées à la réparabilité
Environnement économique	Clients attentifs au prix et aux possibilités d'allonger la durée d'usage des équipements
Environnement technologique	Progression des parcours d'achat omnicanaux et des outils de suivi des interactions clients
Ressources internes	Réseau de magasins, équipe de vente, site marchand et données de suivi de l'opération
Risque opérationnel	Dépendance à un prestataire externe pour une partie des contenus numériques de campagne

Éléments de contexte fournis pour le cas

2.1 (2 points) Réalisez un diagnostic interne et externe sous la forme d'une synthèse SWOT : au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces. Chaque élément doit être justifié par une information présente dans le sujet ou dans le DT 3.

2.2 (2 points) Analysez les facteurs PESTEL les plus déterminants pour l'opération commerciale. Présentez au moins quatre facteurs relevant de dimensions différentes et expliquez leur incidence concrète sur l'offre ou sur la décision d'achat.

2.3 (1,5 point) Analysez deux choix managériaux de l'organisation concernant le déploiement de l'opération et la coordination avec le prestataire. Pour chacun, indiquez un intérêt et une limite ou un risque au regard des faits du cas.

2.4 (1,5 point) Proposez un plan d'action commercial priorisé comportant deux actions concrètes. Pour chaque action, précisez le public ciblé, les personnes-ressources à mobiliser et un indicateur de suivi associé à un objectif formulé de manière mesurable et assorti d'une échéance.

PARTIE 3 : ANALYSE ÉCONOMIQUE ET COMMERCIALE (6 points)

Exploiter les données de l'opération et mesurer sa performance

Les données du DT 3 concernent une opération de six semaines. Les montants sont exprimés hors taxes. La marge contributive moyenne de 32 € par commande correspond à la contribution disponible après déduction des coûts variables liés aux commandes, avant prise en compte du coût fixe de campagne. Pour les calculs, utilisez les définitions et conventions précisées dans le DT 3.

Résultats commerciaux de l'opération

Indicateur	Objectif	Réalisé
Commandes incrémentales attribuées à l'opération	1 800	1 260
Chiffre d'affaires incrémental	270 000 €	210 000 €
Taux de conversion des prospects qualifiés en commandes	4,5 %	3,0 %
Budget de campagne engagé	48 000 €	48 000 €
Marge contributive moyenne par commande	32 €	32 €

Données fictives du cas, période de six semaines

3.1 (2 points) Calculez le taux d'atteinte de l'objectif de commandes incrémentales et le taux d'évolution du chiffre d'affaires entre l'objectif et le réalisé. Présentez les calculs en pourcentage et interprétez les résultats.

3.2 (2 points) Calculez le seuil de rentabilité de la campagne en nombre de commandes, puis le résultat contributif réalisé après déduction du budget de campagne. Comparez le nombre de commandes réalisé au seuil et concluez sur la rentabilité de l'opération.

3.3 (2 points) À partir des résultats obtenus, identifiez deux leviers commerciaux à examiner pour améliorer la performance de la prochaine opération. Pour chacun, indiquez une donnée à suivre et expliquez comment elle aiderait l'équipe à décider d'une action corrective.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : EXTRAITS DU CODE CIVIL ET CLAUSES CONTRACTUELLES UTILES

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 [...] 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 compatibles peuvent être cumulées et des dommages et intérêts peuvent s'y ajouter.

Code civil, article 1224 : « La résolution résulte soit de l'application d'une clause résolutoire, soit, en cas d'inexécution suffisamment grave, d'une notification du créancier au débiteur ou d'une décision de justice. »

Code civil, article 1225 : « La clause résolutoire précise les engagements dont l'inexécution entraînera la résolution du contrat. La résolution est subordonnée à une mise en demeure infructueuse, s'il n'a pas été convenu que celle-ci résulterait du seul fait de l'inexécution. »

Code civil, article 1231-1 : « Le débiteur est condamné, s'il y a lieu, au paiement de dommages et intérêts soit à raison de l'inexécution de l'obligation, soit à raison du retard dans l'exécution, s'il ne justifie pas que l'exécution a été empêchée par la force majeure. »

Code civil, article 1231-5 : lorsque le contrat stipule que la partie qui manquera à son obligation paiera une somme à titre de dommages et intérêts, le juge peut modérer ou augmenter la pénalité convenue si elle est manifestement excessive ou dérisoire. Il ne peut être alloué une autre indemnité que dans les conditions prévues par cet article et par le contrat.

Clauses du contrat conclu le 1er octobre 2025 entre Fnac Darty SA et Studio Pixel SAS : les contenus numériques de la campagne doivent être livrés au plus tard le 15 novembre 2025 à 18 heures. En cas de retard, une indemnité forfaitaire de 800 € par jour de retard est due, dans la limite de 4 000 €. Cette indemnité répare le seul préjudice résultant du retard. Les préjudices distincts, s'ils sont établis, restent soumis au droit commun. En cas de manquement grave, la partie lésée peut résoudre le contrat si le manquement n'est pas réparé dans les 48 heures suivant la réception d'une mise en demeure visant la présente clause. Une clause de force majeure prévoit que la partie qui invoque un empêchement doit en informer l'autre partie sans délai et en justifier la cause.

Faits communiqués : Fnac Darty SA a adressé une mise en demeure reçue par Studio Pixel SAS le 16 novembre 2025 à 10 heures. Elle demandait la livraison sous 48 heures et visait la clause de résolution. Les contenus ont été livrés le 20 novembre 2025 à 18 heures. Studio Pixel SAS a indiqué que l'absence temporaire d'un salarié avait désorganisé son équipe, sans transmettre de justificatif ni invoquer une impossibilité extérieure répondant à la clause de force majeure. Fnac Darty SA estime avoir subi un préjudice commercial distinct du simple retard, sans en avoir encore établi le montant.

DT 2 : COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, 10 FÉVRIER 1998, N° 96-14.359

Référence : Cour de cassation, chambre commerciale, 10 février 1998, pourvoi n° 96-14.359, dit arrêt Huard.

Visa applicable à la date de l'arrêt : article 1134, alinéa 3, du Code civil, devenu notamment l'article 1104 du Code civil.

Extrait synthétique de la motivation : la Cour approuve les juges du fond d'avoir recherché si le fournisseur, en n'accordant pas à son distributeur les moyens de pratiquer des prix concurrentiels dans le contexte considéré, avait manqué à l'exigence de loyauté et de bonne foi dans l'exécution du contrat. La décision rappelle que l'exécution de bonne foi impose un comportement loyal dans les circonstances concrètes de la relation contractuelle.

Portée pour le cas : l'arrêt ne tranche pas le litige entre Fnac Darty SA et Studio Pixel SAS. Il fournit un repère sur l'exigence de bonne foi, qui doit être appliquée à partir des engagements convenus et des comportements effectivement établis.

DT 3 : DONNÉES DE L'OPÉRATION COMMERCIALE ET REPÈRES DE GESTION

Les données ci-dessous sont fictives et servent uniquement à l'analyse du cas. L'opération « Réparer, réemployer, s'équiper » a duré six semaines. Elle visait des clients intéressés par l'achat d'un produit reconditionné, la réparation ou un service associé. Le plan média et la mise en avant en magasin étaient prévus sur la même période. Le retard des contenus numériques a réduit la durée de leur diffusion en ligne.

Le chiffre d'affaires incrémental est le chiffre d'affaires attribué à l'opération au-delà de la référence habituelle. Les commandes incrémentales sont définies de la même manière. Le taux de conversion est calculé selon la formule : nombre de commandes incrémentales divisé par nombre de prospects qualifiés exposés, puis multiplié par 100. Le budget de campagne de 48 000 € est traité comme un coût fixe pour le calcul demandé. La marge contributive moyenne de 32 € par commande est une donnée fournie ; elle tient déjà compte des coûts variables. Le seuil de rentabilité en commandes se calcule ainsi : budget de campagne divisé par marge contributive moyenne par commande. Le résultat contributif de la campagne se calcule ainsi : nombre de commandes incrémentales réalisées multiplié par la marge contributive moyenne, moins le budget de campagne.

Le nombre de prospects qualifiés exposés était de 40 000 pour l'objectif et de 42 000 pour le réalisé. L'équipe commerciale comprend des conseillers en magasin, des responsables de rayon, une équipe marketing numérique et un service client. Le reporting disponible peut suivre les commandes, le chiffre d'affaires incrémental, le taux de conversion, les prises de rendez-vous de réparation et les réclamations liées à la disponibilité de l'offre.

Tableau de bord commercial et données de calcul

Donnée	Objectif	Réalisé	Unité ou précision
Commandes incrémentales	1 800	1 260	commandes
Chiffre d'affaires incrémental	270 000	210 000	euros HT
Prospects qualifiés exposés	40 000	42 000	prospects
Taux de conversion	4,5 %	3,0 %	commandes / prospects qualifiés
Budget fixe de campagne	48 000	48 000	euros HT
Marge contributive moyenne par commande	32	32	euros

Données fictives du cas, en euros hors taxes sauf indication contraire

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

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

À RENDRE AVEC LA COPIE

Complétez les tableaux directement ou reproduisez-les sur votre copie. Dans le tableau juridique, respectez l'ordre du syllogisme juridique. Dans les tableaux de diagnostic et de calcul, justifiez vos réponses et indiquez les unités.

Grille d'analyse de la situation juridique

Étape du syllogisme	Réponse du candidat
Qualification juridique des parties, du contrat et des faits	.....
Problème de droit	.....
Règles de droit applicables	.....
Solution motivée dans l'espèce	.....
Calcul de l'indemnité contractuelle de retard	.....

Tableau de diagnostic stratégique

Diagnostic interne : forces	Diagnostic interne : faiblesses	Diagnostic externe : opportunités	Diagnostic externe : menaces
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

Calculs de gestion commerciale

Indicateur	Formule et calcul	Résultat	Interprétation
Taux d'atteinte de l'objectif de commandes	.....	.....	.....
Évolution du chiffre d'affaires entre objectif et réalisé	.....	.....	.....
Seuil de rentabilité en commandes	.....	.....	.....
Résultat contributif réalisé	.....	.....	.....

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.