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, PARCOURS MARKETING ET MANAGEMENT DU POINT DE VENTE

ÉVALUATION DE LA COMPÉTENCE 4 : PILOTER UN ESPACE DE VENTE

SESSION 2026

Durée : 2 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION, PARCOURS MARKETING ET MANAGEMENT DU POINT DE VENTE	3,0 INDICATIF, SELON LES DONNÉES COMMUNIQUÉES

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 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.

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

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CONSIGNES GÉNÉRALES : DECATHLON FRANCE SAS, MAGASIN DE LYON PART-DIEU, LYON (RHÔNE)

Vous êtes chargé(e) d'appuyer la responsable du rayon randonnée du magasin Decathlon France SAS de Lyon Part-Dieu. L'entreprise exerce dans le commerce d'articles de sport. Le magasin étudié emploie 42 personnes dans le cadre du cas proposé. Le groupe Decathlon est positionné sur la conception et la commercialisation d'articles de sport accessibles, avec une offre couvrant plusieurs pratiques sportives.

Dans le scénario étudié, la direction souhaite améliorer l'attractivité de l'espace randonnée, sécuriser la relation avec un fournisseur de présentoirs et améliorer les résultats commerciaux du rayon. Les données internes chiffrées de ce sujet sont des données de cas fournies pour l'évaluation.

Le référentiel national du BUT Techniques de commercialisation identifie « Piloter un espace de vente » comme la compétence 4 du parcours Marketing et management du point de vente. « C7 » n'est pas un code national d'épreuve écrite standardisé. La durée et le coefficient mentionnés ici sont des paramètres indicatifs de cette proposition d'évaluation ; les modalités applicables sont fixées par l'IUT.

Répondez de manière structurée en vous appuyant sur les documents techniques. Pour l'analyse juridique, suivez les étapes du syllogisme juridique : qualification des faits, problème de droit, règle applicable, solution motivée.

PARTIE 1 : ANALYSE JURIDIQUE (7 points)

Exécution d'un contrat commercial et retard de livraison

Le magasin a commandé à la société fictive Alpina Mobilier SAS des présentoirs destinés au rayon randonnée. Les éléments utiles figurent dans le DT 1. Analysez la situation à partir des faits et des règles fournies, sans présumer de faits qui ne sont pas indiqués.

1.1 (2 points) Qualifiez juridiquement les parties, le contrat et les faits à l'origine du différend. Formulez ensuite le problème de droit auquel le magasin doit répondre.

1.2 (2 points) Présentez les règles de droit applicables à l'exécution du contrat et aux conséquences d'une inexécution ou d'un retard. Précisez la portée de la clause pénale figurant au DT 1 et le rôle de la mise en demeure.

1.3 (3 points) Résolvez le cas en appliquant explicitement les quatre étapes du syllogisme juridique : qualification juridique des faits, problème de droit, règle de droit applicable et solution motivée. Indiquez les mesures que le magasin peut envisager au vu des éléments fournis et les précautions nécessaires avant de réclamer l'application de la clause pénale.

PARTIE 2 : ANALYSE MANAGÉRIALE ET STRATÉGIQUE (7 points)

Diagnostic de l'espace de vente, environnement et décisions managériales

À partir des DT 2 et DT 3, établissez un diagnostic du rayon randonnée et évaluez les choix de management envisagés. Distinguez les éléments issus des documents des préconisations que vous formulez.

Repères de diagnostic à exploiter

Éléments internes	Éléments externes
Rayon de 240 m² ; 3 600 tickets sur le mois étudié ; conversion de 15 % ; assortiment randonnée et conseil par l'équipe.	Progression locale de la pratique de la randonnée ; concurrence en ligne ; hausse des coûts logistiques ; sensibilité des clients au prix et à la disponibilité.
Projet de réimplantation et de présentation des produits techniques ; relation fournisseur fragilisée par un retard.	Possibilités de contenus numériques en magasin ; exigences de réduction des emballages ; demande de réparabilité et de durabilité.

Synthèse des données communiquées dans les documents techniques.

2.1 (2 points) Réalisez un diagnostic SWOT du rayon randonnée en identifiant au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces. Justifiez chaque élément à partir des données des DT 2 et DT 3.

2.2 (2 points) Construisez une analyse PESTEL pertinente pour le rayon. Présentez au moins un facteur pour quatre dimensions différentes et expliquez, pour chacun, son effet potentiel sur l'espace de vente ou sur les décisions de la responsable.

2.3 (3 points) Évaluez les choix envisagés concernant la réimplantation, la mise en avant des produits et le suivi du fournisseur. Formulez trois préconisations hiérarchisées, chacune associée à un objectif mesurable, à un indicateur de suivi et à un risque ou une limite à surveiller.

PARTIE 3 : ANALYSE ÉCONOMIQUE ET COMMERCIALE (6 points)

Calcul et interprétation des indicateurs de performance du rayon

Les données du DT 3 portent sur un mois d'activité. Les montants sont exprimés hors taxes. Pour les calculs, utilisez les définitions suivantes : marge commerciale = chiffre d'affaires moins coût d'achat des marchandises vendues ; taux de marque = marge commerciale divisée par chiffre d'affaires ; taux de transformation = nombre de tickets divisé par nombre de visiteurs ; panier moyen = chiffre d'affaires divisé par nombre de tickets. Les charges variables indiquées sont distinctes du coût d'achat des marchandises.

Données commerciales et financières du rayon randonnée

Indicateur	Valeur
Chiffre d'affaires HT	288 000 €
Coût d'achat des marchandises vendues HT	172 800 €
Charges variables hors coût d'achat	18 000 €
Charges fixes affectées au rayon	72 000 €
Nombre de visiteurs	24 000
Nombre de tickets	3 600
Nombre d'articles vendus	5 040
Surface de vente du rayon	240 m²
Chiffre d'affaires mensuel estimé du marché local	2 400 000 €

Données de cas fournies pour le mois étudié.

3.1 (2 points) Calculez la marge commerciale, le taux de marque, le taux de transformation, le panier moyen et l'indice de vente. Présentez les calculs et arrondissez les taux à un chiffre après la virgule et les montants à deux décimales si nécessaire.

3.2 (2 points) Calculez le chiffre d'affaires au seuil de rentabilité du rayon à partir des données du DT 3. Utilisez le taux de marge sur coûts variables égal au chiffre d'affaires diminué du coût d'achat des marchandises et des charges variables, le tout rapporté au chiffre d'affaires. Indiquez ensuite la marge de sécurité en euros et en pourcentage du chiffre d'affaires réalisé.

3.3 (2 points) Calculez la part du chiffre d'affaires du rayon dans le chiffre d'affaires estimé du marché local ainsi que le chiffre d'affaires mensuel par mètre carré. Interprétez ces résultats et proposez une action de pilotage permettant de suivre leur évolution sans conclure, à partir de ces seules données, à une causalité certaine.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : CONTRAT DE FOURNITURE, RETARD DE LIVRAISON ET RÈGLES JURIDIQUES

Situation contractuelle du cas. Le 2 février 2026, Decathlon France SAS a adressé à Alpina Mobilier SAS une commande acceptée par écrit portant sur 20 présentoirs, pour un montant total de 12 000 € HT. Le bon de commande fixe une livraison au 2 mars 2026 et comporte la clause suivante : « En cas de retard imputable au fournisseur, une pénalité égale à 0,5 % du montant HT de la commande par semaine commencée de retard sera due, dans la limite de 5 % du montant HT de la commande. » Les présentoirs n'ont pas été livrés au 23 mars 2026. Le fournisseur a écrit que son sous-traitant avait pris du retard et annonce une livraison le 30 mars 2026. Aucun élément transmis ne fait état d'un événement extérieur présentant les caractères de la force majeure. Le magasin a demandé par courriel une date ferme de livraison, mais le dossier ne contient pas de lettre de mise en demeure. Aucun préjudice chiffré n'est fourni.

Extraits du Code civil. Article 1103 : « Les contrats légalement formés tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faits. » Article 1104 : « Les contrats doivent être négociés, formés et exécutés de bonne foi. Cette disposition est d'ordre public. » Article 1217 : la partie envers laquelle l'engagement n'a pas été exécuté, ou l'a été imparfaitement, peut notamment refuser d'exécuter ou suspendre l'exécution de sa propre obligation, poursuivre l'exécution forcée en nature, obtenir une réduction du prix, provoquer la résolution du contrat ou demander réparation des conséquences de l'inexécution ; les sanctions compatibles peuvent être cumulées et des dommages et intérêts peuvent s'y ajouter. Article 1231-1 : le débiteur peut être condamné, s'il y a lieu, au paiement de dommages et intérêts à raison de l'inexécution ou du retard, sauf s'il justifie que l'exécution a été empêchée par la force majeure. Article 1231-5 : lorsque le contrat stipule que celui qui manquera de l'exécuter paiera une certaine somme à titre de dommages et intérêts, le juge peut, même d'office, modérer ou augmenter la pénalité manifestement excessive ou dérisoire ; toute stipulation contraire est réputée non écrite.

Extrait d'arrêt, portée résumée. Cour de cassation, chambre commerciale, 3 novembre 1992, pourvoi n° 90-18.547, dit « Huard ». Au visa de l'ancien article 1134, alinéa 3, du Code civil, devenu notamment l'article 1104 du Code civil, la Cour censure une décision qui n'avait pas recherché si le comportement d'un fournisseur, dans l'exécution d'un accord de distribution, était conforme à l'exigence de bonne foi, alors que le distributeur faisait valoir qu'il ne pouvait concurrencer les prix pratiqués sur le marché. La portée utile pour le présent cas est le contrôle de la loyauté dans l'exécution du contrat ; cet arrêt ne décide pas, à lui seul, du montant d'une pénalité de retard ni de l'existence d'un préjudice dans la situation étudiée.

Repère de calcul. La pénalité contractuelle prévue au bon de commande se calcule sur le montant HT de la commande, par semaine commencée, dans la limite stipulée. Son exigibilité et son montant doivent être appréciés au regard du contrat, des faits établis et des règles applicables.

Chronologie et clauses utiles

Événement	Date ou donnée	Élément établi
Commande acceptée	2 février 2026	20 présentoirs, 12 000 € HT
Date contractuelle de livraison	2 mars 2026	Date fixée au bon de commande
Situation constatée	23 mars 2026	Marchandise non livrée
Motif annoncé	Retard du sous-traitant	Information écrite du fournisseur
Clause de retard	0,5 % par semaine commencée	Plafond de 5 % du montant HT

Informations relatives au différend contractuel du cas.

DT 2 : ENVIRONNEMENT COMMERCIAL ET ORGANISATION DU RAYON RANDONNÉE

Les éléments ci-dessous sont les informations communiquées à l'équipe de direction pour construire le diagnostic du cas.

Environnement externe. La direction commerciale observe un intérêt croissant pour les activités de plein air dans la zone de chalandise, sans fournir de mesure chiffrée de cette progression. Des enseignes concurrentes proposent une large offre en ligne, avec comparaison facile des prix et des avis clients. La hausse des coûts de transport peut affecter les prix d'achat, les délais et la disponibilité des produits. Les clients interrogés par l'équipe disent accorder de l'importance au prix, au conseil sur les caractéristiques techniques et à la disponibilité immédiate. Les attentes en matière de durabilité, de réparabilité et de réduction des emballages sont régulièrement évoquées dans les échanges avec les clients.

Organisation interne. Le rayon randonnée dispose d'une surface de 240 m² et d'une équipe de vente formée aux usages des produits. L'assortiment couvre plusieurs niveaux de prix. L'équipe envisage une réimplantation pour mieux distinguer les usages, rendre les produits techniques plus visibles et améliorer le parcours client. Le magasin peut mobiliser des étiquettes numériques et des contenus accessibles par QR code, sous réserve de disponibilité des ressources et d'un suivi de leur utilisation. La responsable souhaite suivre la disponibilité en rayon, les ventes, la conversion, la satisfaction client et la ponctualité des livraisons fournisseurs. Le retard d'Alpina Mobilier fragilise le calendrier initial de la réimplantation.

Éléments PESTEL disponibles

Dimension	Élément fourni	Effet possible à examiner
Politique	Les orientations publiques peuvent encourager la pratique sportive et les mobilités actives.	Évolution possible de l'intérêt pour les activités de plein air.
Économique	Hausse des coûts de transport ; clients sensibles au prix.	Pression sur les coûts, les prix et la disponibilité.
Socioculturelle	Intérêt observé pour la randonnée et demande de conseil technique.	Possibilité de différencier l'expérience par le conseil et les usages.
Technologique	Comparaison en ligne, QR codes et étiquettes numériques disponibles sous conditions.	Enjeu de continuité entre information numérique et expérience en magasin.
Environnementale	Attentes concernant durabilité, réparabilité et réduction des emballages.	Conséquences possibles sur l'assortiment, l'information produit et les fournisseurs.
Légale	Respect des règles applicables à l'information du consommateur, aux prix affichés et à la sécurité des produits.	Nécessité de contrôler les informations et l'affichage dans l'espace de vente.

Pistes d'analyse à qualifier et à relier au rayon.

DT 3 : TABLEAU DE BORD COMMERCIAL ET DONNÉES FINANCIÈRES DU RAYON

Les données du tableau sont propres au cas et concernent un même mois d'activité. Le chiffre d'affaires du marché local est une estimation communiquée par la direction pour cette période. Les charges fixes et variables sont affectées au rayon selon la méthode interne du magasin. Aucune donnée relative aux périodes précédentes, à la marge des concurrents ou aux coûts de réimplantation n'est fournie.

Définitions à utiliser : marge commerciale = chiffre d'affaires HT moins coût d'achat des marchandises vendues HT ; taux de marque = marge commerciale divisée par chiffre d'affaires HT ; taux de transformation = nombre de tickets divisé par nombre de visiteurs ; panier moyen = chiffre d'affaires HT divisé par nombre de tickets ; indice de vente = nombre d'articles vendus divisé par nombre de tickets ; marge sur coûts variables = chiffre d'affaires moins coût d'achat des marchandises vendues et charges variables hors coût d'achat ; seuil de rentabilité en chiffre d'affaires = charges fixes divisées par taux de marge sur coûts variables.

Données du mois étudié

Donnée	Valeur
Chiffre d’affaires HT	288 000 €
Coût d’achat des marchandises vendues HT	172 800 €
Charges variables hors coût d’achat	18 000 €
Charges fixes affectées au rayon	72 000 €
Visiteurs du rayon	24 000
Tickets	3 600
Articles vendus	5 040
Surface du rayon	240 m²
Chiffre d’affaires mensuel estimé du marché local	2 400 000 €

Montants en euros hors taxes, sauf indication contraire.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : questions 1.3, 2.1 et 3.1 à 3.3 | **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez les tableaux ci-dessous. Pour la question 1.3, vous pouvez utiliser le tableau pour organiser votre raisonnement juridique, sans vous limiter à cet espace. Pour les calculs, indiquez les opérations et les unités.

Grille d'analyse juridique de la situation contractuelle

Étape du raisonnement	Analyse du candidat
Qualification juridique des faits	.....
Problème de droit	.....
Règle de droit applicable	.....
Solution motivée de l'espèce	.....

À compléter pour la question 1.3.

Tableau de diagnostic SWOT

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

À compléter pour la question 2.1.

Calculs des indicateurs de performance

Indicateur	Calcul	Résultat
Marge commerciale	.....	.....
Taux de marque	.....	.....
Taux de transformation	.....	.....
Panier moyen	.....	.....
Indice de vente	.....	.....
Taux de marge sur coûts variables	.....	.....
Seuil de rentabilité en chiffre d'affaires	.....	.....
Marge de sécurité en euros et en pourcentage	.....	.....
Part du rayon dans le marché local	.....	.....
Chiffre d'affaires par mètre carré	.....	.....

À compléter pour les questions 3.1 à 3.3.

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.