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 BP REA, veuillez visiter :
bp-rea.fr/annales-sujets-et-corriges

BP REA

Évaluation de la capacité C5 : Valoriser les produits ou services de l'entreprise

Session 2026 • Code sujet : **26-BP-REA-EP1** • Durée : **120 minutes** • Coefficient : **1,0**
à titre indicatif pour l'organisation locale

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse juridique de la situation contractuelle** (4 questions) — **Page 3**
2. **Analyse managériale et stratégique** (4 questions) — **Page 6**
3. **Analyse économique et commerciale** (4 questions) — **Page 9**
4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://bp-rea.fr/assets/annales/bp-rea/Commercialisation et négociation/2026/BP Responsable d'Entreprise Agricole - Commercialisation et négociation - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse juridique de la situation contractuelle

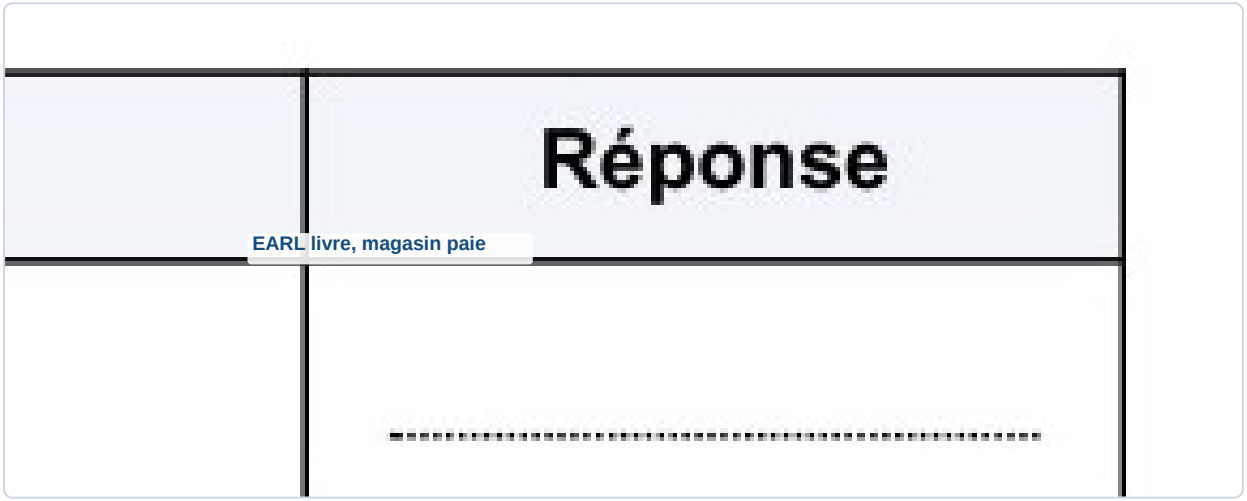
L'EARL Les Vergers du Coteau accepte par courriel une commande de 1 200 bouteilles de jus à 3,20 € HT, à livrer le 15 septembre, puis ne livre que 900 bouteilles à cette date après une panne. Le magasin réclame 960 € et suspend le paiement, tandis que l'effet d'une demande téléphonique d'avancer la livraison au 1er septembre doit être examiné.

Question 1.1. Qualifiez juridiquement les faits et les parties. Indiquez les obligations principales convenues par chacune d'elles.

Il s'agit d'une vente de bouteilles de jus entre professionnels. L'EARL est la vendeuse et le magasin de producteurs l'acheteur. L'accord par courriel peut établir le contrat, sous réserve de prouver son contenu et l'identité des auteurs.

Partie	Obligation principale
EARL, vendeuse	Livrer 1 200 bouteilles le 15 septembre.
Magasin, acheteur	Prendre livraison et payer 3,20 € HT par bouteille, soit 3 840 € HT pour la commande.

Qualification et obligations

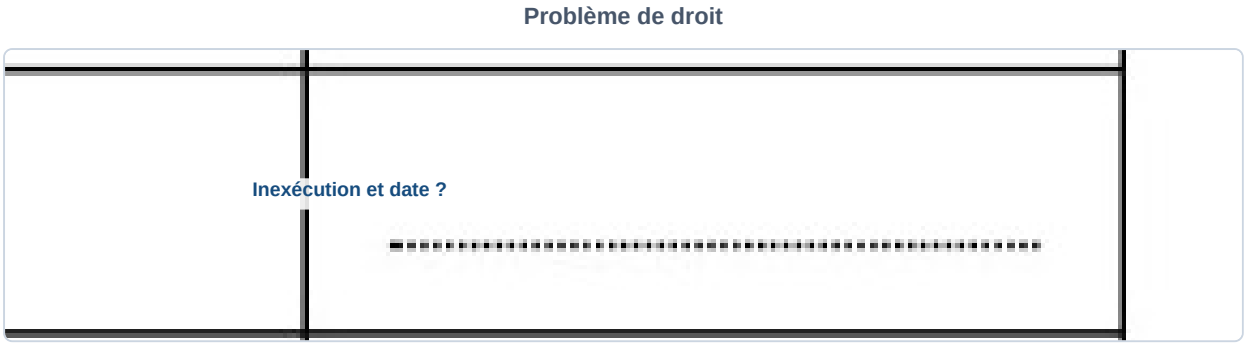


✓ RÉPONSE À RETENIR

Vente entre professionnels : l'EARL doit livrer 1 200 bouteilles ; le magasin doit payer 3 840 € HT.

Question 1.2. Formulez le problème de droit auquel l'EARL et le magasin de producteurs sont confrontés.

Le magasin peut-il obtenir réparation du préjudice allégué et suspendre le paiement après une livraison de 900 bouteilles au lieu des 1 200 commandées ? L'EARL peut-elle se prévaloir de la date initiale du 15 septembre, ou la demande téléphonique a-t-elle valablement avancé l'échéance au 1er septembre ? Il faut examiner la preuve du contrat, de sa modification et du préjudice invoqué.



✓ RÉPONSE À RETENIR

La livraison partielle engage-t-elle l'EARL, et le magasin peut-il retenir le paiement alors que la modification téléphonique de la date reste à prouver ?

Question 1.3. Présentez les règles de droit applicables à la formation et à l'exécution du contrat, ainsi qu'aux sanctions possibles d'une inexécution. Citez les articles pertinents du DT 1.

Selon l'article 1113 du Code civil, le contrat se forme par la rencontre d'une offre et d'une acceptation. L'article 1103 rend obligatoires les engagements convenus et l'article 1104 impose la bonne foi lors de l'exécution. L'arrêt Huard illustre cette exigence de loyauté.

L'article 1217 prévoit notamment la suspension de sa propre obligation, l'exécution forcée, la réduction du prix, la résolution ou la réparation, selon les conditions applicables. L'article 1231-1 permet des dommages et intérêts en cas d'inexécution ou de retard, sauf force majeure justifiée. Une panne ne constitue pas automatiquement un cas de force majeure.



✓ RÉPONSE À RETENIR

Code civil : articles 1113, 1103, 1104, 1217 et 1231-1. Le contrat oblige les parties de bonne foi et l'inexécution ouvre plusieurs sanctions possibles.

Question 1.4. Appliquez les règles aux faits. Appréciez la demande de 960 €, le refus de paiement des bouteilles livrées et l'effet de la demande téléphonique d'avancer la date. Proposez une issue négociée et juridiquement argumentée, en distinguant les éléments certains de ceux qui nécessiteraient des preuves complémentaires.

Le courriel établit potentiellement la commande, sous réserve de preuve. Si la date du 15 septembre n'a pas été modifiée, les 900 bouteilles livrées ce jour-là ne sont pas en retard, mais 300 manquent. La demande orale n'avance l'échéance que si son contenu et l'accord de l'EARL sont prouvés. Si cette modification est établie, un retard peut aussi être retenu.

Les 960 € ne sont pas dus automatiquement : le magasin doit prouver un préjudice, son montant et son lien avec l'inexécution. La panne n'exonère pas automatiquement l'EARL. Les bouteilles reçues représentent 2 880 € HT. L'article 1217 autorise une suspension de paiement, mais son étendue doit être appréciée au regard du manquement et de la bonne foi : le non-paiement intégral n'est pas automatiquement justifié.

Une issue négociée consiste à régler les bouteilles reçues, puis à convenir par écrit du sort des 300 manquantes et d'une éventuelle indemnisation sur justificatifs.

Solution motivée



✓ RÉPONSE À RETENIR

Les 900 bouteilles reçues valent 2 880 € HT. Les 960 € et l'avance de date restent à justifier ; formaliser par écrit tout accord sur les bouteilles manquantes.

2. Analyse managériale et stratégique

La gérante souhaite sécuriser les débouchés et mieux valoriser le jus local en maintenant le grossiste et en développant les ventes au magasin de producteurs et à la ferme. Les documents présentent le positionnement, les données commerciales, les ressources et les contraintes de production, de temps de travail et de marché.

Question 2.1. Réalisez un diagnostic interne et externe de l'EARL. Identifiez au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces, en justifiant chaque élément par une donnée du dossier.

Diagnostic	Éléments du dossier	Incidence sur la stratégie
Forces	Jus issu de la production, origine locale et traçabilité mises en avant ; ligne capable de traiter 2 400 bouteilles par campagne.	Valoriser l'ancrage local et développer plusieurs débouchés.
Faiblesses	Pas de signe officiel de qualité ; la vente directe demande du temps de présence, de la gestion de stock et de la communication.	Apporter des garanties aux clients et limiter la charge commerciale.
Opportunités	Les consommateurs recherchent davantage de produits locaux ; commandes numériques et réseaux sociaux sont accessibles.	Développer la clientèle locale et communiquer à moindre coût.
Menaces	Sécheresse et gel rendent les volumes incertains ; énergie et matières premières pèsent sur les coûts. Le grossiste négocie fortement les prix.	Engager des volumes prudents et diversifier les débouchés.

Le grossiste sécurise des volumes, mais limite la négociation du prix. Le magasin impose des livraisons régulières : les engagements doivent donc rester compatibles avec les aléas de récolte.

Diagnostic stratégique complété

Diagnostic	Éléments du dossier	Incidence sur la décision
Forces	Jus local, traçabilité	Valoriser l'origine
Faiblesses	Pas de signe qualité ; temps direct	Limiter la charge
Opportunités	Demande locale ; outils numériques	Développer les ventes
Menaces	Aléas climatiques ; coûts ; pression prix	Diversifier, prévoir prudemment
Facteurs PESTEL		

✓ RÉPONSE À RETENIR

Atouts : ancrage local et capacité de conditionnement. Enjeux : diversifier les ventes sans dépasser les ressources commerciales ni les volumes disponibles.

Question 2.2. Présentez les facteurs PESTEL qui influencent le projet de commercialisation. Retenez au moins un facteur pertinent dans trois dimensions différentes et expliquez leur incidence.

Les facteurs PESTEL suivants influencent le projet :

- **Économique :** l'énergie et les matières premières peuvent renchérir transport et emballage, réduisant la marge.
- **Socioculturel :** l'intérêt croissant pour les produits locaux favorise la demande de jus.
- **Environnemental :** sécheresse et gel peuvent réduire les volumes et compliquer les livraisons régulières.
- **Légal :** étiquetage et sécurité alimentaire doivent être respectés pour commercialiser le jus.
- **Technologique :** commandes numériques et réseaux sociaux facilitent la communication, mais nécessitent du temps de gestion.

Facteurs PESTEL à inscrire dans la grille

Facteurs PESTEL	Climat, demande locale, énergie, règles, numé	Volumes, débouchés, coûts, conformité, temps

✓ RÉPONSE À RETENIR

La demande locale et les outils numériques soutiennent le projet ; les aléas climatiques, les coûts et les règles encadrent son développement.

Question 2.3. Analysez les choix managériaux envisagés au regard du positionnement, des débouchés, du temps de travail et de la capacité à fournir des volumes réguliers. Mobilisez les données des DT 2 et DT 3.

Le jus local en bouteille de 1 litre et la traçabilité soutiennent un positionnement de proximité. Le grossiste écoule des volumes importants mais négocie fortement les prix ; le magasin et la vente à la ferme rapprochent l'EARL des clients, avec des exigences de régularité ou de présence.

La dernière campagne totalise 2 000 bouteilles vendues, contre une capacité de ligne de 2 400, soit une marge théorique de 400 bouteilles. Toutefois, la production dépend du climat. La vente directe peut mobiliser jusqu'à 72 heures par campagne : son développement doit préserver le temps de production et de récolte.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Maintenir le grossiste, développer progressivement magasin et vente à la ferme, sans garantir des volumes que la récolte ou le temps disponible ne permettent pas d'assurer.

Question 2.4. Formulez deux préconisations hiérarchisées pour améliorer la valorisation commerciale tout en maîtrisant les risques. Pour chacune, indiquez une condition de réussite et un indicateur de suivi.

1. **Priorité 1 : sécuriser le débouché magasin.** Formaliser par écrit prix, volumes, calendrier et conduite à tenir en cas d'aléa. Condition de réussite : fixer des quantités compatibles avec la récolte disponible. Indicateur :

part des commandes livrées complètes et à temps.

2. **Priorité 2 : tester l'augmentation des ventes à la ferme.** Communiquer sur l'origine locale et proposer, si utile, la commande numérique. Condition de réussite : organiser les stocks et préserver le temps consacré à la récolte. Indicateurs : bouteilles vendues en direct et heures de travail commercial.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Sécuriser d'abord les engagements du magasin, puis tester l'augmentation des ventes directes en suivant les volumes vendus et le temps mobilisé.

3. Analyse économique et commerciale

Cette partie compare les débouchés du jus à partir des prix, des coûts variables et des charges fixes supplémentaires indiqués dans le dossier. Le candidat calcule des chiffres d'affaires, des marges et un seuil de rentabilité, puis propose une répartition de 2 000 bouteilles tenant compte de la rentabilité, du temps de travail et du risque commercial.

Question 3.1. Calculez le chiffre d'affaires correspondant à la commande initiale de 1 200 bouteilles au prix de 3,20 € HT l'unité. Calculez également le chiffre d'affaires des 900 bouteilles effectivement livrées.

Le chiffre d'affaires HT se calcule en multipliant les quantités par le prix unitaire de 3,20 €. Les deux calculs portent sur la commande initiale et sur la quantité réellement livrée. La différence correspond aux bouteilles non livrées, sans préjuger d'une éventuelle indemnisation.

Situation	Calcul	Chiffre d'affaires HT
Commande initiale	1 200 × 3,20 €	3 840 €
Livraison effective	900 × 3,20 €	2 880 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Commande initiale : 3 840 € HT. Bouteilles livrées : 2 880 € HT.

Question 3.2. Calculez la marge sur coûts variables par bouteille pour la vente au magasin et pour la vente directe. Calculez ensuite le seuil de rentabilité en nombre de bouteilles de la vente directe, en utilisant les charges fixes supplémentaires de 1 800 €.

La marge sur coûts variables unitaire se calcule ainsi : prix de vente HT moins coût variable unitaire. Pour la vente directe, le prix retenu est celui de la vente à la ferme. Le seuil de rentabilité correspond aux charges fixes supplémentaires divisées par la marge unitaire directe ; il faut arrondir au nombre entier supérieur pour couvrir toutes les charges.

Calcul	Résultat
Magasin : 3,20 − 1,55	1,65 €/bouteille
Vente directe : 4,50 − 1,80	2,70 €/bouteille
Seuil direct : 1 800 ÷ 2,70	666,67, soit 667 bouteilles

La vente directe doit donc atteindre au moins 667 bouteilles pour couvrir ses charges fixes supplémentaires.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Magasin : 1,65 €/bouteille. Vente directe : 2,70 €/bouteille. Seuil direct : 667 bouteilles.

Question 3.3. **Pour une campagne portant sur 2 000 bouteilles, comparez la marge sur coûts variables obtenue si toutes les bouteilles sont vendues au magasin à celle obtenue si toutes sont vendues en vente directe, avant déduction des charges fixes supplémentaires. Présentez les calculs.**

Pour comparer les débouchés, on multiplie la marge unitaire de chaque canal par les 2 000 bouteilles. Les résultats ci-dessous sont calculés avant déduction des charges fixes supplémentaires de la vente directe.

Débouché	Calcul de la marge sur coûts variables	Marge totale
Tout au magasin	2 000 × (3,20 − 1,55)	3 300 €
Tout en vente directe	2 000 × (4,50 − 1,80)	5 400 €
Écart en faveur du direct	5 400 − 3 300	2 100 €

Le direct est plus rémunérateur avant charges fixes, mais nécessite de déduire les 1 800 € supplémentaires et de tenir compte du temps de travail.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Magasin : 3 300 €. Vente directe : 5 400 €. Avantage du direct avant charges fixes : 2 100 €.

Question 3.4. **À partir des résultats, proposez une répartition des 2 000 bouteilles entre les deux débouchés. Prenez en compte la rentabilité, la capacité de production, le temps de travail et le risque commercial, et explicitez toute hypothèse supplémentaire.**

Je propose 1 300 bouteilles au magasin et 700 en vente directe, sous réserve de sécuriser la commande du magasin et de suivre le temps consacré aux ventes directes. Cette répartition dépasse le seuil de rentabilité du direct de 667 bouteilles, tout en diversifiant les débouchés. Les 2 000 bouteilles restent sous la capacité annuelle de 2 400.

Débouché	Volume	Marge sur coûts variables
Magasin	1 300 bouteilles	1 300 × 1,65 € = 2 145 €
Vente directe	700 bouteilles	700 × 2,70 € = 1 890 €
Total avant charges fixes	2 000 bouteilles	4 035 €
Après charges fixes supplémentaires		4 035 − 1 800 = 2 235 €

1. Confirmer les volumes et les dates de livraison par écrit avec le magasin.
2. Réserver au direct un temps compatible avec les 72 heures disponibles par campagne et ajuster les quantités si les commandes ou le temps de travail ne suivent pas.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Répartition proposée : 1 300 bouteilles au magasin et 700 en direct. Solde après charges fixes supplémentaires : 2 235 €.

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

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve du BP Responsable d'entreprise agricole, session 2026, porte le code 26-BP-REA-EP1 et dure 120 minutes, avec un coefficient indicatif de 1,0. À partir du cas de l'EARL Les Vergers du Coteau et de son jus de pomme local, elle évalue l'analyse juridique d'un contrat, le diagnostic stratégique, les choix de commercialisation et les calculs de marges et de seuil de rentabilité.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Un contrat se forme par la rencontre d'une offre et d'une acceptation ; les engagements légalement formés s'imposent aux parties.
- La modification d'une date de livraison suppose de prouver la demande et son acceptation par l'autre partie.
- La marge sur coûts variables unitaire se calcule ainsi : prix de vente HT moins coût variable unitaire.
- Le seuil de rentabilité en unités se calcule en divisant les charges fixes par la marge sur coûts variables unitaire.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les faits établis des éléments à prouver, notamment pour la modification téléphonique de la date.
- Justifier chaque force, faiblesse, opportunité et menace avec une donnée précise des DT 2 et DT 3.
- Présenter les calculs avec leur formule, les étapes et les unités, en conservant les montants HT.
- Pour la répartition des ventes, intégrer les charges fixes, la limite de production, le temps disponible et le risque commercial.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le seuil de rentabilité de la vente directe dans ce sujet ?

Calculez la marge unitaire en soustrayant 1,80 € de coût variable au prix de vente directe de 4,50 €. Divisez ensuite les 1 800 € de charges fixes supplémentaires par cette marge, puis arrondissez au nombre entier de bouteilles nécessaire.

Q : La demande téléphonique du magasin modifie-t-elle automatiquement la date convenue ?

Non. Le dossier précise que la demande et son acceptation par l'EARL doivent être établies avant de considérer la date comme modifiée. Il faut examiner les preuves disponibles et distinguer l'accord initial de toute modification ultérieure.

Q : Comment organiser son temps pour traiter les calculs et les analyses ?

L'épreuve dure 120 minutes et comporte trois parties totalisant 20 points. Répartissez le temps selon les points, réservez une part suffisante aux calculs et à leurs unités, puis gardez quelques minutes pour vérifier les réponses et les justifications.

Q : Qu'attend le jury dans le diagnostic et les préconisations ?

Les réponses doivent s'appuyer sur les données du dossier et expliquer leur incidence sur la décision. Pour chaque préconisation, indiquez une condition de réussite et un indicateur de suivi ; pour les calculs, montrez les étapes et précisez les unités.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bp-rea.fr/assets/annales/bp-rea/Commercialisation et négociation/2026/BP Responsable d'Entreprise Agricole - Commercialisation et négociation - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BP Responsable d'Entreprise Agricole : 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.