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 en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

BP COIFFURE • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

Vente-conseil, unité U40

Session 2026 • Code sujet : **26SP-BP-COIF-U40** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse juridique d’une négociation commerciale** (4 questions) — **Page 3**
2. **Analyse managériale et stratégique** (3 questions) — **Page 6**
3. **Analyse économique et gestion commerciale** (3 questions) — **Page 9**
4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 12**

Sujet officiel (PDF) : https://bpcoiffure.fr/assets/annales/bp-coiffure/Vente-conseil/2026/BP Coiffure - Vente-conseil - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse juridique d’une négociation commerciale

La SAS Atelier Miroir a négocié pendant quatre mois avec le fournisseur Capilys pour produire une gamme à la marque du salon, mais aucun contrat définitif n’a été signé. Les documents présentent les dépenses engagées, les circonstances de la rupture et les règles juridiques applicables aux négociations précontractuelles.

Qualification juridique

Question 1.1. Qualifiez juridiquement les personnes concernées et la situation décrite, puis précisez si un contrat de fourniture a été conclu entre la SAS Atelier Miroir et la société Capilys.

Atelier Miroir et Capilys sont deux sociétés commerciales, donc deux personnes morales. Elles ont engagé des pourparlers précontractuels en vue d’un contrat de fourniture d’une gamme exclusive. Le courriel évoque un accord de principe, soumis à la validation finale de la direction. Aucun contrat définitif n’a été signé : le contrat de fourniture n’a donc pas été conclu.

DR 1 - Qualification juridique

Prix de vente unitaire du produit de la gamme	30	euros HT
Coût d’achat unitaire du produit de la gamme	12	eur

Sociétés ; pourparlers
Aucun contrat

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Deux sociétés en pourparlers précontractuels ; aucun contrat de fourniture conclu.

Problème de droit

Question 1.2. Formulez le problème de droit posé par l’interruption des négociations par la société Capilys.

Capilys pouvait-elle rompre librement les pourparlers après quatre mois, ou les circonstances de cette rupture, survenue sans explication juste après la réception d’une maquette qu’Atelier Miroir avait financée à sa demande, constituent-elles une faute susceptible d’engager sa responsabilité ?

DR 1 - Problème de droit

Charges fixes spécifiques au lancement	2 160	eu

Rupture fautive ?
Responsabilité

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

La rupture des pourparlers par Capilys était-elle fautive et engage-t-elle sa responsabilité ?

Règles de droit

Question 1.3. À l'aide des textes du DT 1, énoncez les règles de droit applicables à la liberté de négocier, à l'exigence de bonne foi et à la réparation d'une rupture fautive des négociations. Distinguez les dépenses engagées des bénéfices espérés du contrat qui n'a pas été conclu.

Selon les articles 1112 et 1104 du Code civil, l'initiative, le déroulement et la rupture des négociations sont libres, mais doivent respecter la bonne foi. En cas de faute, un préjudice direct et prouvé peut être réparé, notamment certaines dépenses engagées pour négocier si leur lien avec la faute est établi. En revanche, l'indemnisation ne peut couvrir les avantages attendus du contrat non conclu ni la perte de chance de les obtenir, conformément à l'arrêt Manoukian.

DR 1 - Règle de droit

Prévision de vente sur la période étudiée	150	ur…
Taux de TVA applicable au produit	20	pourc…

Liberté et bonne foi
Gains espérés exclus

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Négociations libres mais de bonne foi ; réparation des préjudices directs prouvés, hors gains espérés et perte de chance.

Application au cas

Question 1.4. Résolvez le cas en appliquant le syllogisme juridique : qualification des faits, problème de droit, règle applicable et solution motivée. Indiquez les éléments de préjudice qu'Atelier Miroir pourrait demander en réparation et ceux qui ne peuvent pas être indemnisés au vu du DT 2.

1. **Faits :** après quatre mois d'échanges, Capilys met fin aux pourparlers sans explication, le lendemain de la réception d'une maquette qu'elle avait demandée et dont elle connaissait le coût.
2. **Règle et application :** la rupture est libre, mais ses circonstances peuvent révéler un manquement à la bonne foi. Si la faute et le lien direct avec le préjudice sont prouvés, Atelier Miroir peut demander le remboursement des 1 800 euros de dépenses justifiées.
3. **Limite :** les 6 000 euros de marge espérée et la perte de chance de réaliser cette marge ne sont pas indemnisables.

DR 1 - Solution et préjudices

Taux de TVA applicable au produit	20	pourcentage
Données communiquées par la direction d'Atelier Miroir		

Rupture possiblement fautive

1 800 € : dépenses

6 000 € : marge exclue

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les 1 800 € de dépenses justifiées peuvent être réclamés si leur lien avec la faute est prouvé. Les 6 000 € de marge espérée sont exclus.

2. Analyse managériale et stratégique

Atelier Miroir doit choisir entre lancer une gamme de soins sous sa propre marque et privilégier la revente de produits de fournisseurs établis. Le dossier décrit les ressources et contraintes du salon, la demande locale pour des produits d'origine naturelle, la concurrence ainsi que les données commerciales utiles aux préconisations.

Diagnostic SWOT

Question 2.1. Réalisez un diagnostic SWOT de la SAS Atelier Miroir en présentant au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces tirées des informations du dossier.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Conseil personnalisé Clientèle fidèle	Stockage limité Vente de produits encore limitée	Demande croissante pour le naturel Vente à domicile à développer	Concurrence des chaînes et du commerce en ligne Hausse des coûts et clients sensibles aux prix

Les forces et faiblesses sont internes au salon ; les opportunités et menaces relèvent de son environnement. La demande favorable constitue un potentiel commercial, mais la capacité de stockage et la concurrence imposent un lancement prudent.

Tableau SWOT complété

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Conseil personnalisé	Stockage limité	Demande naturelle	Chaînes et vente en ligne
Clientèle fidèle	Ventes produits limitées	Vente à domicile à développer	Coûts en hausse, prix comparés

✓ RÉPONSE À RETENIR

Atouts : conseil personnalisé et clientèle fidèle. Priorités : développer la vente, maîtriser le stock et faire face à la concurrence et à la hausse des coûts.

Analyse PESTEL

Question 2.2. Présentez une analyse PESTEL du projet. Identifiez au moins quatre facteurs pertinents appartenant à des dimensions différentes et expliquez brièvement leur effet possible sur le lancement de la gamme.

Dimension PESTEL	Facteur et effet possible sur le projet
Économique	La hausse des coûts d'ingrédients et de transport peut réduire la rentabilité ; les clients attentifs aux prix peuvent limiter les achats.
Socioculturelle	La demande locale pour les produits d'origine naturelle favorise le lancement : 60 clients sur 100 se disent intéressés.
Technologique	La concurrence du commerce en ligne renforce la nécessité de rendre l'offre visible et de valoriser le conseil du salon.
Environnementale	Le positionnement sur une composition majoritairement naturelle peut répondre aux attentes, à condition d'informer clairement sur les produits.

Ces facteurs rendent l'offre attractive, mais nécessitent de surveiller les coûts, les prix et la qualité de l'information communiquée à la clientèle.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> La demande pour le naturel est favorable ; le salon doit maîtriser ses coûts, ses prix et sa visibilité face au commerce en ligne.

Choix stratégique et actions

Question 2.3. Comparez le lancement d'une gamme à la marque du salon avec la revente de produits de fournisseurs établis. Proposez une décision argumentée et trois actions managériales ou commerciales concrètes, dont une action de formation de l'équipe et une action de fidélisation ou de suivi de la clientèle.

La gamme sous marque propre différencie le salon et valorise son conseil, mais demande des frais de lancement et une gestion rigoureuse du stock. La revente de marques établies rassure la clientèle et limite le risque, mais différencie moins l'offre. Un lancement test en complément de ces marques est adapté aux ressources du salon.

Repère économique	Calcul	Résultat
Marge unitaire	30 € HT - 12 € HT	18 € HT par unité
Seuil de rentabilité	2 160 € / 18 € par unité	120 unités
Résultat pour 150 unités	(150 × 18 €) - 2 160 €	540 €

1. Former l'équipe à présenter la composition, les bénéfices et l'utilisation des produits.
2. Tester la gamme avec un stock limité, puis adapter les réassorts aux ventes constatées.
3. Assurer un suivi personnalisé après l'achat afin de recueillir les avis et de favoriser le réachat.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Lancer la gamme en test, en complément des marques établies. À 150 ventes, le seuil de 120 unités est dépassé et le résultat prévisionnel est de 540 €.

3. Analyse économique et gestion commerciale

Le DT 3 fournit les chiffres d'affaires du salon et du marché local, ainsi que le prix de vente, le coût d'achat, les charges fixes de lancement et le volume de vente prévu. Ces données servent à calculer des indicateurs commerciaux et à apprécier la rentabilité du lancement d'un produit de la gamme.

Indicateurs commerciaux

Question 3.1. Calculez le taux d'évolution du chiffre d'affaires de vente de produits entre 2024 et 2025, puis la part de marché d'Atelier Miroir sur le marché local des ventes de produits capillaires en 2025. Présentez les calculs et interprétez brièvement chaque résultat.

Indicateur	Calcul HT	Résultat	Interprétation
Évolution du chiffre d'affaires	((72 000 - 64 000) / 64 000) × 100	12,50 %	Hausse entre 2024 et 2025
Part de marché en 2025	(72 000 / 480 000) × 100	15,00 %	Part des ventes locales réalisée par le salon

Le chiffre d'affaires des ventes de produits augmente de 12,50 % par rapport à 2024. La part de marché rapporte le chiffre d'affaires 2025 du salon au chiffre d'affaires annuel estimé du marché local, sur une base HT comparable. Avec 15,00 %, Atelier Miroir réalise une part notable des ventes locales. Cet indicateur décrit sa position commerciale, sans garantir la part de la future gamme ni sa rentabilité.

Indicateurs commerciaux complétés

Indicateur	Calcul à présenter	Résultat
Taux d'évolution du chiffre d'affaires entre 2024 et 2025	(72 000 - 64 000) / 64 000 × 100	12,50 %
Part de marché en 2025	72 000 / 480 000 × 100	15,00 %
Marge commerciale unitaire		
Taux de marque		
Seuil de rentabilité en unités		
Résultat prévisionnel pour 150 unités		

✓ RÉPONSE À RETENIR

Évolution du chiffre d'affaires : +12,50 % ; part de marché en 2025 : 15,00 %.

Marge et taux de marque

Question 3.2. Pour un produit de la gamme, calculez la marge commerciale unitaire et le taux de marque. Détaillez les formules utilisées à partir des données du DT 3.

Indicateur	Formule et calcul HT	Résultat	Lecture commerciale
Marge commerciale unitaire	Prix de vente - coût d'achat : 30 - 12	18,00 € par unité	Marge avant couverture des charges fixes
Taux de marque	(Marge / prix de vente) × 100 : (18 / 30) × 100	60,00 %	Part du prix de vente HT constituée par la marge

Les montants sont exprimés hors taxes, conformément au DT 3. La marge unitaire de 18,00 € correspond à la différence entre le prix de vente et le coût d'achat du produit. Le taux de marque rapporte cette marge au prix de vente HT : il indique la part du prix de vente qui constitue la marge commerciale, et ne se calcule pas sur le coût d'achat. Cette marge contribue ensuite à couvrir les charges fixes de lancement.

Marge et taux de marque complétés

Indicateur	Calcul à présenter	Résultat
Taux d'évolution du chiffre d'affaires entre 2024 et 2025	.....	.....
Part de marché en 2025	.....	.....
Marge commerciale unitaire	30 - 12	18,00 €
Taux de marque	(30 - 12) / 30 × 100	60,00 %
Seuil de rentabilité en unités	.....	.....
Résultat prévisionnel pour 150 unités	.....	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge commerciale unitaire : 18,00 € HT ; taux de marque : 60,00 %.

Seuil de rentabilité et résultat prévisionnel

Question 3.3. Calculez le seuil de rentabilité de l'opération en nombre d'unités. Pour une prévision de vente de 150 unités, calculez le résultat prévisionnel après prise en compte des charges fixes de lancement et indiquez si l'opération atteint son seuil de rentabilité.

Indicateur	Formule et calcul	Résultat	Interprétation
Seuil de rentabilité en unités	Charges fixes / marge unitaire : 2 160 / 18	120 unités	Seuil atteint à partir de 120 ventes
Résultat pour 150 unités	(150 × 18) - 2 160	540,00 €	Opération bénéficiaire au volume prévu

La marge unitaire sert à couvrir les charges fixes. Le seuil correspond au volume où les marges cumulées couvrent exactement ces charges. À la prévision indiquée, le résultat est positif : l'opération dépasse donc son seuil et est rentable selon les hypothèses du sujet. Cette conclusion suppose que le prix de vente et le coût d'achat restent constants et que seules les charges fixes de lancement sont retenues.

Seuil et résultat prévisionnel complétés

Indicateur	Calcul à présenter	Résultat
Taux d'évolution du chiffre d'affaires entre 2024 et 2025	.....	.....
Part de marché en 2025	.....	.....
Marge commerciale unitaire	.....	.....
Taux de marque	.....	.....
Seuil de rentabilité en unités	2 160 / 18	..... 120 unités .....
Résultat prévisionnel pour 150 unités	(150 × 18) - 2 160	..... 540,00 € .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Seuil de rentabilité : 120 unités. Pour 150 unités vendues, résultat prévisionnel : 540,00 € ; seuil dépassé.

SYNTHÈSE DE L'ÉPREUVE & RÉFÉRENTIEL • BP COIFFURE

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

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E4 Vente-conseil, unité U40, du BP Coiffure, session 2026 (26SP-BP-COIF-U40), dure 2 heures, coefficient 3, et est notée sur 20 points. À partir du projet de gamme capillaire d'Atelier Miroir, elle évalue le raisonnement juridique sur les pourparlers, le diagnostic stratégique et les choix commerciaux, puis le calcul d'indicateurs de vente et de rentabilité.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Les négociations précontractuelles sont libres, mais leur initiative, leur déroulement et leur rupture doivent respecter l'exigence de bonne foi.
- La réparation d'une rupture fautive peut concerner un préjudice directement causé, mais pas les bénéfices attendus du contrat non conclu ni leur perte de chance.
- Taux d'évolution = (valeur d'arrivée - valeur de départ) ÷ valeur de départ × 100 ; part de marché = CA de l'entreprise ÷ CA du marché × 100.
- Marge unitaire = prix de vente HT - coût d'achat HT ; taux de marque = marge unitaire ÷ prix de vente HT × 100.

Points de vigilance & attentes du jury

- En droit, distinguer l'absence de contrat, la liberté de rompre, une éventuelle faute et la preuve d'un préjudice directement causé.
- Distinguer les dépenses justifiées des bénéfices espérés, qui ne sont pas indemnisables selon les documents fournis.
- Dans le SWOT, classer les facteurs internes en forces ou faiblesses et les facteurs externes en opportunités ou menaces.
- Présenter les formules et les calculs, utiliser les données HT et comparer les ventes prévues au seuil de rentabilité.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

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

Calculez d'abord la marge unitaire en retranchant le coût d'achat HT du prix de vente HT. Divisez ensuite les charges fixes de lancement par cette marge. Le résultat indique le nombre d'unités nécessaires pour couvrir les charges fixes.

Q : Les bénéfices espérés après la signature du contrat peuvent-ils être réclamés après une rupture fautive ?

Non. Les règles du sujet excluent l'indemnisation des avantages attendus du contrat non conclu et de la perte de chance de les obtenir. Des dépenses justifiées et directement liées aux circonstances fautives de la rupture peuvent être invoquées.

Q : Combien de temps dure l'épreuve et comment les points sont-ils répartis ?

L'épreuve dure deux heures et comporte trois parties : analyse juridique sur 7 points, analyse managériale et stratégique sur 7 points, puis analyse économique et gestion commerciale sur 6 points, soit 20 points au total.

Q : Quelles étapes et quels justificatifs faut-il montrer pour obtenir les points ?

Pour le raisonnement juridique, suivez le syllogisme : qualification des faits, problème de droit, règle applicable et solution motivée. Pour les calculs, écrivez les formules, détaillez les opérations et interprétez les résultats demandés.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpcoiffure.fr/assets/annales/bp-coiffure/Vente-conseil/2026/BP Coiffure - Vente-conseil - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

Ressources BP Coiffure : 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.