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

BTS PROFESSIONS IMMOBILIÈRES • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

BTS PI

Professions immobilières - E5 : Conduite du projet immobilier du client en vente et/ou location

Session 2026 • Code sujet : **26-BTS-PI-E5** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **6**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse juridique d’une rupture de pourparlers (4 questions) **Page 3**

2. Diagnostic managérial et stratégique de l’agence (4 questions) **Page 6**

3. Analyse économique de la campagne de prospection (3 questions) **Page 9**

4. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 12**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtspi.fr/assets/annales/bts-pi/E4 - Conduite du projet immobilier du client en vente et-ou location/2026/BTS PI - E4 - Conduite du projet immobilier du client en vente et-ou location - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse juridique d’une rupture de pourparlers

Mme Roussel a confié un mandat de vente à Horizon Habitat, mais n’a pas accepté la proposition des époux Dumas et a vendu le logement à un autre candidat après avoir poursuivi des échanges sans les informer. À partir des faits, des textes et de la jurisprudence Manoukian, il faut analyser la rupture des négociations, les préjudices réparables et les mesures de suivi utiles à l’agence.

Qualification juridique

Question 1.1. Qualifiez juridiquement les faits utiles en distinguant la proposition de vente, l’absence de contrat de vente conclu et le comportement de Mme Roussel au cours des négociations.

Mme Roussel a confié un mandat de vente à Horizon Habitat. Les époux Dumas ont présenté une offre d’achat écrite de 286 000 €, que la vendeuse n’a pas acceptée : il n’y a donc pas eu vente. Aucun compromis ni acte authentique n’a été signé. Mme Roussel a ensuite vendu directement le logement à un autre candidat pour 289 000 €. Elle était libre de ne pas contracter avec les Dumas, mais la poursuite d’échanges parallèles sans les informer, ni informer l’agence, peut interroger sur la bonne foi dans la conduite des négociations.

Qualification juridique des faits

Qualification juridique des faits	Offre non acceptée Aucune vente conclue Échanges parallèles

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Offre des Dumas non acceptée, aucun contrat de vente conclu ; les circonstances des négociations parallèles peuvent être examinées au regard de la bonne foi.

Problème de droit et règles applicables

Question 1.2. Formulez le problème de droit et présentez les règles applicables à la liberté et à la bonne foi dans les négociations précontractuelles, en mobilisant les articles du DT 1 et la décision du DT 2.

Problème de droit : un vendeur engage-t-il sa responsabilité en rompant des pourparlers pour vendre à un autre candidat, si les circonstances de la rupture sont déloyales ?

Selon l’article 1112 du Code civil, l’initiative, le déroulement et la rupture des négociations sont libres, mais doivent respecter la bonne foi. L’article 1104 impose cette exigence aux négociations ; l’article 1240 fonde la réparation d’un dommage causé par une faute. Dans l’arrêt Manoukian, la faute s’apprécie selon la manière dont la rupture intervient, et non selon son motif. La réparation exclut les avantages attendus du contrat non conclu et la perte de chance de les obtenir.

Problème de droit et règle applicable

Problème de droit	La rupture a-t-elle été déloyale ?
Règle de droit applicable	Liberté, bonne foi, responsabilité

✓ RÉPONSE À RETENIR

La rupture est libre sous réserve de bonne foi ; la faute s'apprécie selon ses circonstances, sans indemniser le bénéfice espéré ni sa perte de chance.

Application des règles aux faits

Question 1.3. Résolvez le cas par un syllogisme juridique complet et appréciez si les circonstances caractérisent une faute dans la manière dont les pourparlers ont été rompus, sans confondre cette faute avec le seul fait de ne pas conclure la vente. Complétez le DR 1.

Étape	Raisonnement appliqué
Qualification	Offre des Dumas non acceptée ; vente conclue avec un autre candidat.
Problème	La manière de conduire et rompre les pourparlers est-elle fautive ?
Règle	La rupture est libre, mais doit respecter la bonne foi ; la faute s'apprécie d'après les circonstances (articles 1112, 1104 et 1240 ; arrêt Manoukian).
Application	Les échanges poursuivis avec un autre candidat sans information des Dumas ni de l'agence peuvent révéler une conduite déloyale, à apprécier selon les circonstances établies.
Conclusion	La responsabilité est envisageable si une faute et un dommage directement causé sont établis.

La vente à un autre candidat, même à un prix supérieur, ne suffit pas à caractériser une faute. Il faut examiner concrètement la conduite de Mme Roussel pendant les négociations et au moment de leur rupture. Les faits décrits permettent de soulever un possible défaut de loyauté, mais ne démontrent pas à eux seuls une faute certaine. Les Dumas devront aussi établir un dommage directement imputable à cette faute.

Application et conclusion du syllogisme

Application des règles aux faits	Défaut d'information : à apprécier
Conclusion motivée	Faute et dommage direct à établir

✓ RÉPONSE À RETENIR

Faute possible liée aux circonstances des échanges, mais non au seul refus de vendre aux Dumas ; faute et dommage direct restent à établir.

Préjudices et conseil professionnel

Question 1.4. Indiquez si les Dumas peuvent obtenir le bénéfice attendu de la vente ou une indemnisation de leurs frais. Distinguez les préjudices susceptibles d'être réparés de ceux qui ne le sont pas au regard des textes et de la jurisprudence fournis. Présentez deux mesures que l'agence aurait pu prendre pour sécuriser le suivi des négociations et la traçabilité des informations transmises.

Les Dumas ne peuvent obtenir le bénéfice attendu de la vente ni la perte de chance de le réaliser : l'article 1112 et l'arrêt Manoukian l'excluent. Les 1 450 € de frais de déplacement et d'expertise ne sont pas remboursés automatiquement. Ils pourraient être réparés si les Dumas prouvent une faute, un préjudice certain et un lien direct entre cette faute et ces frais. Le seul fait d'avoir engagé des dépenses pendant les négociations ne suffit pas.

L'agence aurait pu inscrire dans le CRM, avec dates, les offres, échanges et décisions, puis confirmer par écrit aux parties l'état des négociations et toute décision de la vendeuse. Ces pratiques renforcent la traçabilité sans garantir à elles seules l'absence de litige.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le bénéfice espéré est exclu ; les 1 450 € ne sont réparables que si faute, préjudice certain et lien direct sont prouvés. Tracer les échanges et confirmer les décisions par écrit.

2. Diagnostic managérial et stratégique de l’agence

Horizon Habitat est une agence indépendante grenobloise spécialisée dans les logements anciens. La gérante centralise les demandes dans un CRM, mène une prospection numérique et téléphonique et suit les indicateurs chaque semaine ; le diagnostic s’appuie aussi sur les données de veille concernant la concurrence, la demande locale, la conjoncture, la réglementation énergétique et les ressources de l’équipe.

Diagnostic SWOT

Question 2.1. Établissez le diagnostic SWOT d’Horizon Habitat en identifiant au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces. Reliez chaque élément à une donnée du contexte ou du DT 3 et complétez le DR 1.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Proximité et connaissance du marché grenoblois.	La prospection réduit le temps disponible pour le suivi des mandats.	Les vendeurs recherchent une estimation expliquée et un suivi rapide.	Les réseaux nationaux disposent de budgets et d’outils numériques supérieurs.
Spécialisation dans les logements anciens.	Une base de contacts incomplète peut nuire aux relances.	Le CRM et la prospection numérique peuvent capter des vendeurs.	Les variations des taux d’emprunt influencent les achats et les délais de vente.
Accompagnement de proximité, estimation argumentée et suivi individualisé.	Des relances insuffisamment personnalisées risquent de détériorer la relation client.	Les demandes d’information sur les diagnostics énergétiques permettent de valoriser le conseil.	Les règles de location contraignent les logements les plus énergivores.

Le diagnostic oppose les atouts locaux et relationnels de l’agence aux risques de capacité de suivi, de concurrence et de conjoncture.

SWOT complété

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Marché local Proximité	Temps de suivi réduit	Estimation claire Suivi rapide	Réseaux mieux dotés
Spécialisation logements anciens	Risque de base incomplète	CRM et prospection numérique	Taux d’emprunt variables
Estimation argumentée Suivi individualisé	Relances à personnaliser	Conseil sur les diagnostics énergétiques	Contraintes de location Logements énergivores

À compléter par le candidat pour la question 2.1

✓ RÉPONSE À RETENIR

Forces : proximité et expertise locale. Faiblesses : temps de suivi et qualité des données. Opportunités : numérique et conseil énergétique. Menaces : concurrence, taux d’emprunt et contraintes de location.

Analyse PESTEL

Question 2.2. Présentez une analyse PESTEL de l'environnement de l'agence. Retenez au minimum quatre facteurs pertinents relevant de catégories différentes et expliquez pour chacun son effet possible sur l'activité de vente ou de location.

Facteur PESTEL	Donnée du dossier	Effet possible
Économique	Les taux d'emprunt varient.	La capacité d'achat et les délais de commercialisation peuvent évoluer.
Socioculturel	Les vendeurs consultent davantage les estimations en ligne et attendent un suivi rapide.	L'agence doit fournir une estimation expliquée et répondre rapidement.
Technologique	Les estimations en ligne progressent et les demandes sont centralisées dans un CRM.	Ces outils facilitent la prospection et le suivi, si les données sont fiables.
Environnemental	Les logements énergivores suscitent des demandes d'information.	Le conseil sur les caractéristiques énergétiques peut éclairer les projets de vente ou de location.
Légal	Diagnostics obligatoires et règles de location des logements les plus énergivores.	Les obligations doivent être intégrées aux dossiers et peuvent limiter la mise en location.

Ces facteurs appellent une veille sur la conjoncture et la réglementation, ainsi qu'un service numérique réactif et un conseil adapté.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Conjoncture, attentes numériques et exigences énergétiques imposent réactivité, conseil documenté et veille réglementaire.

Organisation commerciale

Question 2.3. Analysez les choix managériaux de la gérante concernant le CRM, la prospection numérique, les relances et le suivi des indicateurs. Présentez un avantage et une limite ou un risque de cette organisation.

Le CRM centralise les demandes, la prospection numérique et les relances alimentent le portefeuille de vendeurs, et le suivi hebdomadaire des indicateurs aide à piloter l'action. L'ensemble peut améliorer la coordination et permettre à la gérante de réagir rapidement.

La limite tient à la qualité d'exécution : une base incomplète ou des relances peu personnalisées peuvent détériorer la relation client. De plus, le temps consacré à prospecter réduit celui disponible pour suivre les mandats en cours.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le dispositif améliore le pilotage, mais exige des données fiables, des relances personnalisées et du temps préservé pour les mandats en cours.

Orientations managériales et commerciales

Question 2.4. Proposez deux actions managériales ou commerciales concrètes, hiérarchisées et justifiées, pour développer le portefeuille de mandats tout en préservant la qualité de la relation client et la maîtrise des coûts.

1. **Priorité 1 :** fiabiliser et segmenter la base CRM, puis programmer des relances adaptées au projet de chaque vendeur. Cela limite les sollicitations inutiles et protège la relation client à faible coût.
2. **Priorité 2 :** cibler les propriétaires vendeurs de la métropole par des campagnes numériques mesurées, avec une estimation argumentée et un conseil sur les diagnostics. Suivre les rendez-vous et mandats obtenus permet d'ajuster les dépenses. Réserver du temps au suivi des mandats en cours préserve la qualité du service.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Fiabiliser d'abord le CRM et personnaliser les relances, puis cibler la prospection locale et mesurer les mandats obtenus en préservant le suivi client.

3. Analyse économique de la campagne de prospection

La campagne de prospection d'Horizon Habitat a duré trois mois et a généré des contacts, des rendez-vous, des mandats et dix ventes qui lui sont attribuées. À partir des données fournies, il faut calculer les taux de transformation, le chiffre d'affaires HT, la contribution, le résultat et le ROI, puis apprécier la poursuite de la campagne.

Taux de transformation

Question 3.1. Calculez les taux de transformation des contacts en rendez-vous, des rendez-vous en mandats et des mandats en ventes. Présentez chaque formule et interprétez brièvement les résultats dans le contexte de la campagne.

Transformation	Formule et calcul	Résultat
Contacts en rendez-vous	48 ÷ 240 × 100	20 %
Rendez-vous en mandats	24 ÷ 48 × 100	50 %
Mandats en ventes	10 ÷ 24 × 100	41,67 %

Les taux rapportent les effectifs d'une étape à ceux de l'étape précédente. Sur les trois mois de campagne, un contact sur cinq aboutit à un rendez-vous, et un rendez-vous sur deux à un mandat. Un peu plus de quatre mandats sur dix se concluent en vente. Le taux mesure une conversion observée, sans établir à lui seul la qualité du suivi ni la rentabilité.

Taux de transformation reportés dans le tableau

Tableau de calcul des indicateurs de campagne

Indicateur	Formule et calcul	Résultat
Contacts transformés en rendez-vous	.....	20 %
Rendez-vous transformés en mandats	.....	.....
Mandats transformés en ventes	.....	.....
Chiffre d'affaires HT généré	.....	50 %
Contribution sur honoraires	.....	.....
Résultat après coût de campagne	.....	.....
Retour sur investissement	.....	41,67 %

À compléter par le candidat pour les questions 3.1 et 3.2

✓ RÉPONSE À RETENIR

Contacts en rendez-vous : 20 %. Rendez-vous en mandats : 50 %. Mandats en ventes : 41,67 %.

Rentabilité de la campagne

Question 3.2. Calculez le chiffre d'affaires HT généré par les ventes, la contribution correspondant au taux de marge indiqué, le résultat de campagne après déduction du coût total et le retour sur investissement selon la formule fournie. Justifiez chaque étape et complétez le tableau du document réponse.

Le chiffre d'affaires est le nombre de ventes multiplié par les honoraires moyens HT. La contribution applique ensuite le taux de marge de 65 % à ce chiffre d'affaires. Le résultat retranche le coût total de campagne à la contribution obtenue.

Indicateur	Formule et calcul	Résultat
Chiffre d'affaires HT	10 ventes × 5 400 € HT	54 000 € HT
Contribution	54 000 € × 65 %	35 100 €
Résultat après coût	35 100 € − 4 800 €	30 300 €
ROI	(35 100 € − 4 800 €) ÷ 4 800 € × 100	631,25 %

Le ROI rapporte le résultat après coût au coût de la campagne. Sa valeur positive indique que la contribution dépasse largement les dépenses retenues.

Rentabilité reportée dans le tableau

Tableau de calcul des indicateurs de campagne

Indicateur	Formule et calcul	Résultat
Contacts transformés en rendez-vous	.....	.....
Rendez-vous transformés en mandats	.....	.....
Mandats transformés en ventes	.....	.....
Chiffre d'affaires HT généré	.....	..... 54 000 €
Contribution sur honoraires	.....	..... 35 100 €
Résultat après coût de campagne	.....	..... 30 300 €
Retour sur investissement	.....	..... 631,25 %

À compléter par le candidat pour les questions 3.1 et 3.2

✓ RÉPONSE À RETENIR

CA HT : 54 000 €. Contribution : 35 100 €. Résultat : 30 300 €. ROI : 631,25 %.

Décision et indicateur complémentaire

Question 3.3. À partir de vos résultats, formulez un avis motivé sur la poursuite de la campagne. Indiquez un indicateur complémentaire que l'agence devrait suivre pour vérifier que sa performance commerciale ne se fait pas au détriment de la qualité du service ou de la rentabilité future.

La campagne peut être poursuivie : les dix ventes génèrent une contribution supérieure au coût engagé, et le résultat après coût est positif. Il faudra toutefois vérifier que l'augmentation de la prospection ne réduit pas le temps consacré aux mandats en cours. Les relances doivent rester personnalisées, comme l'exige la relation de proximité de l'agence.

Indicateur complémentaire : le taux de satisfaction des clients issus de la campagne, recueilli après l'estimation ou la transaction. Il permet de surveiller la qualité du service en parallèle des résultats commerciaux.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Poursuivre la campagne en suivant le taux de satisfaction des clients prospectés.

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

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E5 du BTS Professions immobilières, session 2026, code 26-BTS-PI-E5, dure 3 heures et a un coefficient 6. Elle porte sur l'agence Horizon Habitat à Grenoble, une rupture de pourparlers et une campagne de prospection. Elle évalue l'analyse juridique, le diagnostic stratégique, l'exploitation d'indicateurs commerciaux, les calculs de rentabilité et la formulation de conseils professionnels argumentés.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'article 1112 du Code civil garantit la liberté de rompre les pourparlers, sous réserve d'un déroulement et d'une rupture conformes à la bonne foi.
- La faute s'apprécie selon les circonstances et la manière dont la rupture intervient, et non selon le seul motif de la rupture.
- Un taux de transformation se calcule en divisant le nombre de résultats obtenus par le nombre de résultats de l'étape précédente, puis en multipliant par 100.
- ROI = ((contribution - coût de la campagne) / coût de la campagne) x 100 ; contribution = chiffre d'affaires HT x taux de marge.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le syllogisme, distinguer qualification des faits, problème de droit, règle applicable, application aux faits et conclusion motivée.
- Ne pas confondre la liberté de ne pas contracter avec une faute dans la manière de rompre les négociations.
- Pour le SWOT et le PESTEL, relier chaque élément à une donnée fournie et expliquer son effet sur l'activité.
- Détailler les formules, calculs, unités et interprétations ; utiliser les données du sujet et arrondir à deux décimales lorsque c'est pertinent.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer les taux de transformation de la campagne ?

Pour chaque étape, divisez le nombre obtenu à l'étape suivante par le nombre de départ de l'étape précédente, puis multipliez par 100. Présentez le calcul en pourcentage et interprétez ce qu'il révèle sur le parcours commercial.

Q : Quels préjudices peuvent être indemnisés après une rupture fautive des pourparlers ?

Seuls les préjudices directement causés par la faute peuvent être réparés. L'article 1112 exclut l'indemnisation du bénéfice attendu du contrat non conclu et de la perte de chance d'obtenir cet avantage.

Q : Comment organiser son temps dans cette épreuve de trois heures ?

Répartissez le temps entre les trois parties en tenant compte de leurs poids respectifs : 7 points en droit, 7 en stratégie et 6 en analyse économique. Gardez du temps pour vérifier les calculs, les justifications et les documents réponses.

Q : Quels critères faut-il respecter pour les calculs de cette épreuve ?

Le sujet demande des formules explicites, des calculs détaillés, des unités et des résultats arrondis à deux décimales lorsque cela convient. Interprétez les résultats et appuyez-vous exclusivement sur les données fournies.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtspi.fr/assets/annales/bts-pi/E4 - Conduite du projet immobilier du client en vente et-ou location/2026/BTS PI - E4 - Conduite du projet immobilier du client en vente et-ou location - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Professions Immobilières : 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.