



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 :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2015

Correction de l'examen : BREVET PROFESSIONNEL FLEURISTE, E32 TECHNIQUES COMMERCIALES

| **Session : 2015**

| **Durée : 2h**

| **Coefficient : 2**

| **Correction Partie 1 : la fleuristerie sous enseigne**

Cette partie traite des formes de commerce et de leur impact sur les fleuristes.

Question 1.1

Rappel : Nommer la forme de commerce qui se développe actuellement et celle qui a tendance à disparaître.

Démarche : À partir des connaissances acquises, il est clair que la fleuristerie sous enseigne se développe grâce à la notoriété des réseaux de franchise. En revanche, la forme de commerce traditionnelle, souvent artisanale et individuelle, tend à disparaître.

- **Développement actuel :** Fleuristerie sous enseigne (ex : franchises).
- **Tendance à disparaître :** Fleuristerie traditionnelle.

Question 1.2

Rappel : Donner deux avantages et deux inconvénients de l'ouverture d'un commerce sous enseigne.

Démarche : Les avantages sont souvent liés à la structure et au support marketing fournis par la franchise. Inversement, les inconvénients peuvent concerner les contraintes de gestion et les redevances à payer.

Commerce sous enseigne

- **Avantages :**
 - Attractivité et notoriété élevées.
 - Accès à des centrales d'achat réduisant les coûts.
- **Inconvénients :**
 - Coûts fixes (droits d'entrée, redevances) élevés.
 - Rigidité dans la gestion et les choix de produits.

| **Correction Partie 2 : l'étude de la clientèle**

Cette partie concerne l'identification du client type et ses motivations d'achat.

Question 2.1

Rappel : Dresser le profil du client d'un fleuriste par critères d'achat.

Démarche : Dans cette question, il faut identifier les caractéristiques des clients selon différents critères, tels que le calendrier, les lieux, la destination, le type de plantes fleuries, et le prix moyen d'un végétal d'intérieur.

Critères d'achat	Caractéristiques du client type
Calendrier	Saisons importantes pour les achats (Fêtes).
Lieux	Magasins spécialisés (fleuristes).
Destination	Présentations florales pour offrandes.
Type de plantes fleuries	Orchidées et compositions variées.
Prix moyen	Environ 15-20 € pour un végétal d'intérieur.

Question 2.2

Rappel : Retrouver le principal mobile d'achat du client.

Le principal mobile d'achat des clients est de faire plaisir, souvent lors d'occasions spécifiques comme des anniversaires ou des fêtes.

Mobile d'achat : Offrir un cadeau à un proche.

Question 2.3

Rappel : Identifier le type de motivation et l'expliquer.

Démarche : Le type de motivation s'agit d'une motivation affective, car acheter des fleurs est souvent lié à des sentiments positifs, tels que la joie de faire plaisir.

Type de motivation : Affective. Elle s'explique par le désir de partager des émotions positives.

Question 2.4

Rappel : Nommer et classer les quatre plantes fleuries les plus demandées.

Démarche : Selon les données du marché 2014, différents volumes de vente doivent être notés et classés.

Famille de fleurs	Volume 2013 (%)	Valeur 2013 (%)	Volume 2014 (%)	Valeur 2014 (%)	Evolution 2013/2014 (%)	Conséquences sur les prix de vente
Orchidées	18.3	31.7	20.0	35.0	+1.7	Augmentation probable des prix dû à la forte demande.
Jacinthes	13.1	7.6	15.0	8.0	+1.9	Stabilité des prix avec une légère augmentation.
Cyclamens	8.1	6.2	8.5	6.5	+0.4	Maintien des prix à un niveau élevé.
Azalées	6.4	7.3	6.5	7.5	+0.1	Pas d'impact sur les prix, stabilisation.

Correction Partie 3 : les conditions de distribution

Cette partie examine les différences entre les achats en magasin et en ligne.

Question 3.1

Rappel : Distinguer les raisons d'achat en magasin et sur Internet.

Démarche : Il est nécessaire de présenter les avantages et les inconvénients des deux types de vente.

En boutique traditionnelle

- Raisons d'achat :
 - Conseil personnalisé du fleuriste.
 - Vérification de la qualité des fleurs et végétaux.

Sur internet

- Raisons d'achat :
 - Commodité et accessibilité des offres.
 - Possibilité de comparer les prix facilement.

Méthode de vente : Un fleuriste doit s'adapter en offrant un service exceptionnel en boutique et proposer des contenus engageants en ligne.

Question 3.2

Rappel : Réaliser les calculs de prix selon les produits.

Démarche : Calcul détaillé des prix de vente HT et TTC en fonction de la TVA de 10 % et du coefficient multiplicateur.

Produit	Prix d'achat HT	Coefficient multiplicateur	Prix de vente HT	Prix de vente TTC
Fleur Unique	5,90 €	2.5	14,75 €	16,23 €
Bouquet d'une seule espèce	9,40 €	1.58	14,90 €	16,39 €
Piquée de roses	8,50 €	2.0	17,00 €	18,70 €

Correction Partie 4 : l'animation du point de vente

Cette partie traite de l'animation commerciale et de l'argumentaire de vente.

Question 4.1

Rappel : Donner quatre raisons pour l'évolution de l'assortiment des mini-produits.

Démarche : Il faut mettre en avant les tendances actuelles du marché et les préférences des clients.

- Collecte de nouveaux segments de clientèle jeunes.
- Adaptation au marché du cadeau de décoration.
- Fidélisation grâce à l'achat récurrent de fleurs.
- Réduction des pertes avec des produits à prix accessibles.

Question 4.2

Rappel : Rédiger un argumentaire de vente pour une orchidée blanche.

Démarche : Utiliser la méthode SONCAS (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Simplicité) pour

structurer l'argumentaire.

Mobile d'achat	Caractéristiques du végétal	Arguments de vente
Sécurité	Orchidée en pot avec des soins faciles.	Un entretien simple pour un plaisir durable.
Orgueil	Design élégant et intemporel.	Apporte une touche de raffinement à toutes les pièces.

| Méthodologie et conseils

- Gérer son temps : allouer un temps précis à chaque partie pour éviter de rester bloqué sur une question.
- Rester attentif aux mots-clés des questions afin de répondre exactement à ce qui est demandé.
- Utiliser des exemples concrets pour illustrer les réponses, notamment en partie 4.
- Vérifier si chaque partie est bien structurée pour un maximum de clarté.
- Prendre soin d'écrire de manière lisible et logique, facilitant la correction par le jury.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.