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 Fleuriste, veuillez visiter :
bpfleuriste.fr/annales-sujets-et-corriges

BREVET PROFESSIONNEL DE FLEURISTE

SESSION 2003

E3 COMMERCIALISATION : Epreuve de techniques commerciales (U32)

Durée : 2 heures ***Coefficient : 2***

Matériel autorisé :
- Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (circulaire n°99 du 16/11/1999)
- Aucun document externe.

Les annexes 1, 2, 3 4 et 5 sont à rendre et doivent être agrafées sous la zone anonymat de la copie.

« *Fleurette* »

Cette épreuve comporte 4 parties

Première partie : L'implantation du futur magasin

- enquête consommateurs
- étude de la concurrence

Deuxième partie : Les magasins en Franchise

Troisième partie : La campagne publicitaire

Quatrième partie : L'Argumentaire

Titulaire du BP Fleuriste, vous êtes employé(e) dans l'entreprise de M Bouquérond à l'enseigne :

Fleurette
37, alllée des Arums
93 160 Noisy Le Grand
Tél : 01.46.86.76.18

Ce fleuriste est installé au nord de la ville dans un centre commercial, la boutique occupe 55 m2 de surface de vente, avec atelier, chambre climatique, un bureau à l'étage et un local pour ranger le matériel.

Elle est ouverte tous les jours de 9H 30 à 19H 30 sans interruption sauf le dimanche toute la journée et le lundi matin.

Monsieur Bouquérond désire implanter un deuxième magasin de fleurs au sud de la même ville, la partie la plus ancienne et la plus résidentielle avec ses petits commerces de détail, presque un village dans la ville.

Pour cela, il souhaite élargir sa zone d'influence. Il procède à une enquête dans la zone de chalandise.

Sa concurrence serait :

- un supermarché à 50 m qui vend quelques bouquets
- un vendeur de fleurs sur le marché une fois la semaine
- une jardinerie

L'ouverture serait prévue pour le 30 juin 2003

Vous seriez engagé(e) en tant que responsable pour la deuxième boutique et vous devez pour le moment vous occuper du dossier d'ouverture.

PREMIERE PARTIE : L'IMPLANTATION DU MAGASIN

Afin de prendre une décision, Monsieur Bouquérond désire tout d'abord effectuer une enquête vis-à-vis des clients potentiels de la zone de chalandise de Noisy Le Grand (dans la partie sud de la ville, quartier commerçant)
Il vous demande de :

1/ Rédigez les différentes parties du questionnaire **(Annexe 1)** afin de déterminer les habitudes et les attentes des consommateurs de ce quartier.
(Vous utiliserez tous les types de questions : fermée, ouverte, à choix multiple)

2/ Citez quatre moyens de vous démarquer de la concurrence. **(Annexe 2)**

DEUXIEME PARTIE : LES MAGASINS EN FRANCHISE

Vous venez de recevoir un article intéressant d'une revue professionnelle sur une nouvelle formule intermédiaire d'adhésion à un réseau de franchise déjà connu en France *(document 1)*
Vous voulez en faire part à votre employeur ;

Pour cela :

1/ Citez quatre obligations pour le nouveau fleuriste qui souhaite s'affilier **(Annexe 3)**

2/ Donnez quatre avantages de ce système d'affiliation **(Annexe 3)**

TROISIEME PARTIE : LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

A l'occasion de l'implantation du futur magasin, M Bouquérond vous octroie un budget publicitaire pour mettre en place une campagne publicitaire complète permettant à la clientèle potentielle de Noisy le Grand et de ses environs d'être informée de l'ouverture prochaine de la boutique dans le quartier sud de la ville.

Pour cela, vous devez répondre aux questions suivantes : **(Annexe 4)**

1 / Quel est l'objectif de cette campagne publicitaire ?

2/ Listez les éléments obligatoires qui figureront sur l'annonce qui paraîtra dans la presse locale une semaine avant l'ouverture de la boutique.

Votre magasin souhaite atteindre les deux cibles principales : les entreprises et les ménages .

3/ Parmi la liste des moyens publicitaires suivants :

- *télévision*
- *radio*
- *presse*
- *affichage*
- *publipostage*
- *prospectus*

Citez un moyen par cible le plus adapté à votre magasin et justifiez votre choix en complétant le tableau **(Annexe 4)**.

QUATRIEME PARTIE : L'ARGUMENTAIRE

Votre employeur vous demande de concevoir une composition nouvelle tendance (document 2) à proposer à la clientèle à un prix convenable pendant la première semaine d'ouverture .

Vous devez préparer une fiche argumentaire sous forme de tableau avec quatre caractéristiques et quatre arguments concernant cet arrangement exceptionnel.

1/ Complétez le tableau (**Annexe 5**) après avoir observé le **document 2** .

Document 1

Réseau " Un été à la campagne "

Une formule intermédiaire d'adhésion

Les Artisans bouquetiers proposent désormais une formule intermédiaire d'adhésion à "Un été à la campagne", afin de permettre aux fleuristes intéressés d'entrer plus progressivement dans le réseau, sans pour autant révolutionner leur commerce du jour au lendemain. *"Nous avons pensé notamment à ceux qui viennent de refaire leur boutique, et ne souhaitent pas engager de nouveaux travaux pour adhérer au concept, ou à ceux qui ne veulent pas changer d'enseigne du jour au lendemain"* explique Catherine Secq.

En s'affiliant, le fleuriste bénéficie d'un audit dès le début de la collaboration, afin de déterminer les points à améliorer; d'un suivi régulier, avec la visite mensuelle d'un animateur; des tarifs préférentiels des fournisseurs du réseau; d'un contact permanent avec le réseau via son journal interne; d'une priorité pour prendre l'enseigne "Un été à la campagne" sur la zone où le magasin est implanté.

Pour s'affilier, le fleuriste doit être un professionnel installé hors de la zone d'exclusivité d'un magasin "un été à la campagne" ; verser à la signature du contrat un droit d'entrer de 2 286,74 €; couvrant la réalisation de l'audit et la mise à dis- position du référencement fournisseurs; verser chaque mois une redevance d'assistance forfaitaire de 381,12 € ; couvrant les frais de visite de l'animateur et l'actualisation des négociations commerciales avec les fournisseurs référencés; s'engager sur la base d'un contrat d'affiliation de trois ans.

Le réseau espère ainsi s'élargir et bénéficier ainsi d'un poids plus important au sein de la profession, plus particulièrement dans ses négociations avec les fournisseurs, afin de bénéficier des meilleurs conditions, grâce à l'augmentation des volumes d'achat.

Pour tout renseignement, contacter les Artisans bouquetiers au 0238918014.



Dernier du réseau « Un été à la campagne », le magasin du Plessis Robinson (Hauts-de-Seine) a ouvert ses portes en décembre dernier.

Source : Informations Fleuristes 171 / février-mars 2001

Document 2



Composition :

- 3 pivoines
- 1 botte de campanule
- 1 botte de solidagos
- 1 botte d'œillets-de-poète
- 8 phlox
- contenant en rotin

Source : Informations Fleuristes 158 / juin 1999

Annexe 1 : à rendre avec la copie

Questionnaire à rédiger

Phrase d'introduction :

Question n°1 : Le lieu d'achat

Question n°2 : La fréquence d'achat

Question n°3 : Les qualités d'un bon fleuriste

Question n°4 : Le budget

Questionnaire à rédiger (suite)

Question n°5 : Les services

Question n°6 : Partie concernant l'enquêté :

-

-

-

Phrase de conclusion :

Annexe n°2 : à rendre avec la copie

Les quatre moyens de se démarquer des concurrents

1	
2	
3	
4	

Annexe n°3 : à rendre avec la copie

1/ Les obligations du nouveau fleuriste :

- ----------
- ----------
- ----------
- ----------

2/ Quatre avantages du réseau « un été à la campagne »

- ----------

- ----------

- ----------

- ----------

Annexe n°4 : à rendre avec la copie

Question n°1 : L' objectif principal de la campagne publicitaire

Question n°2 : Les éléments indispensables de l'annonce dans la presse

Question n°3 : Les supports publicitaires

	La cible	Le moyen publicitaire	Les justifications
1	-	-	- -
2	-	-	- -

Annexe n°5 : à rendre avec la copie

Question n°1 : Quatre caractéristiques et quatre arguments

CARACTERISTIQUES	ARGUMENTS
1	
2	
3	
4	

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.