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 2006

E3 COMMERCIALISATION

Épreuve 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 n'est autorisé

Le dossier, agrafé sous la zone d'anonymat, est à rendre dans la copie d'examen.

Cette épreuve comporte trois parties :

- Première partie	Étude du marché	16 points
- Deuxième partie	Analyse d'une action de communication	10 points
- Troisième partie	Préparation de la vente	14 points

Mise en situation

Récemment titulaire du Brevet Professionnel Fleuriste, vous venez d'acquérir la boutique « FLEURS ET COULEURS » située dans le centre ville de Montbéliard.

Fiche signalétique

Enseigne : « FLEURS ET COULEURS »

Adresse : 12 rue d'Alsace
25200 Montbéliard

Téléphone : 03.40.63.57.27
Télécopie : 03.40.63.57.26

N° RCS : B 856200043 **Code NAF :** 551 C

Date d'ouverture : mars 2006

Statut juridique : entreprise individuelle

Activité : vente de fleurs coupées, plantes d'intérieur et d'extérieur, fleurs séchées et artificielles, accessoires, cadeaux…

Surface de vente : 40 m^2

Effectif : Vous-même

Horaires : de 9h00 à 19h30 du mardi au samedi
de 9h00 à13h00 le dimanche
fermeture le lundi

DOSSIER 1 : ÉTUDE DE MARCHÉ

Vous constatez depuis quelque temps que le chiffre d'affaires des commerçants de votre ville stagne.

Soucieux de votre avenir, vous décidez d'étudier les données du marché des végétaux d'intérieur publiées dans votre revue professionnelle "INFO FLEURISTE".

Tous les calculs seront arrondis à 2 chiffres après la virgule.

Répondre sur l'annexe 1

1.1. Calculer la part de marché des fleuristes en boutique pour l'année 2004 (document 1).

1.2. Calculer les taux d'évolution des prix moyens des fleuristes en boutique depuis 1999 (document 2).

1.3. Analyser l'évolution des parts de marché en volumes des différents produits (document 3).

1.4. Analyser l'évolution des parts de marché en valeurs des différents produits (document 3).

1.5. À partir de vos observations concernant ce marché, proposer 5 choix commerciaux pour vous démarquer des jardineries et des hypermarchés

DOSSIER 2 : ANALYSE D' UNE ACTION DE COMMUNICATION

Votre chaîne de transmission florale "INTERFLORA" est membre de l'Association "PAROLES DE FLEURS". Son but est de promouvoir la fleur à travers des actions de communication. (document 4).

Répondre sur l'annexe 2

2.1. Analyser l'affiche qui a été envoyée aux fleuristes à l'occasion de la fête des grands-mères, en identifiant :

- la cible visée
- le message publicitaire
- le ton utilisé : couleur, graphisme, ...

2.2. Proposer 2 autres moyens de communication (médias et/ou hors médias) pouvant être utilisés à cette occasion.

2.3 Citer 2 autres fêtes pouvant faire l'objet d'une action de communication de ce type.

DOSSIER 3 : PRÉPARATION DE LA VENTE

Fidèle lecteur d'INFOS FLEURISTES, vous retenez un article surprenant, écrit par un client "mystère" qui s'est fait composer quatre bouquets dans des boutiques différentes. Décidément, la vente n'est pas aussi simple qu'elle n'y parait ! (document 5).

Répondre sur l'annexe 3

3.1 Identifier les 2 principaux mobiles du client "mystère" du document 5 selon la classification S.O.N.C.A.S. ou S.A.B.O.N.E.

3.2 Mettre en évidence deux points forts et deux points faibles de chaque situation de vente décrite dans le document 5.

3.3. Après lecture de cet article, identifier 4 erreurs à ne pas commettre lors d'une vente.

Document 1 : dépenses selon les différents lieux d'achat

Lieux d'achat	Dépenses en millions d'euros
Fleuristes en boutique	996.1
Grainetiers	25.2
Détaillants de marché	145.4
Jardineries	177.2
Hypermarchés et supermarchés	302.0
Producteurs	118.6
Grandes surfaces de bricolage	19.3
Autres lieux	47.9

Source: information fleuriste juin 2005

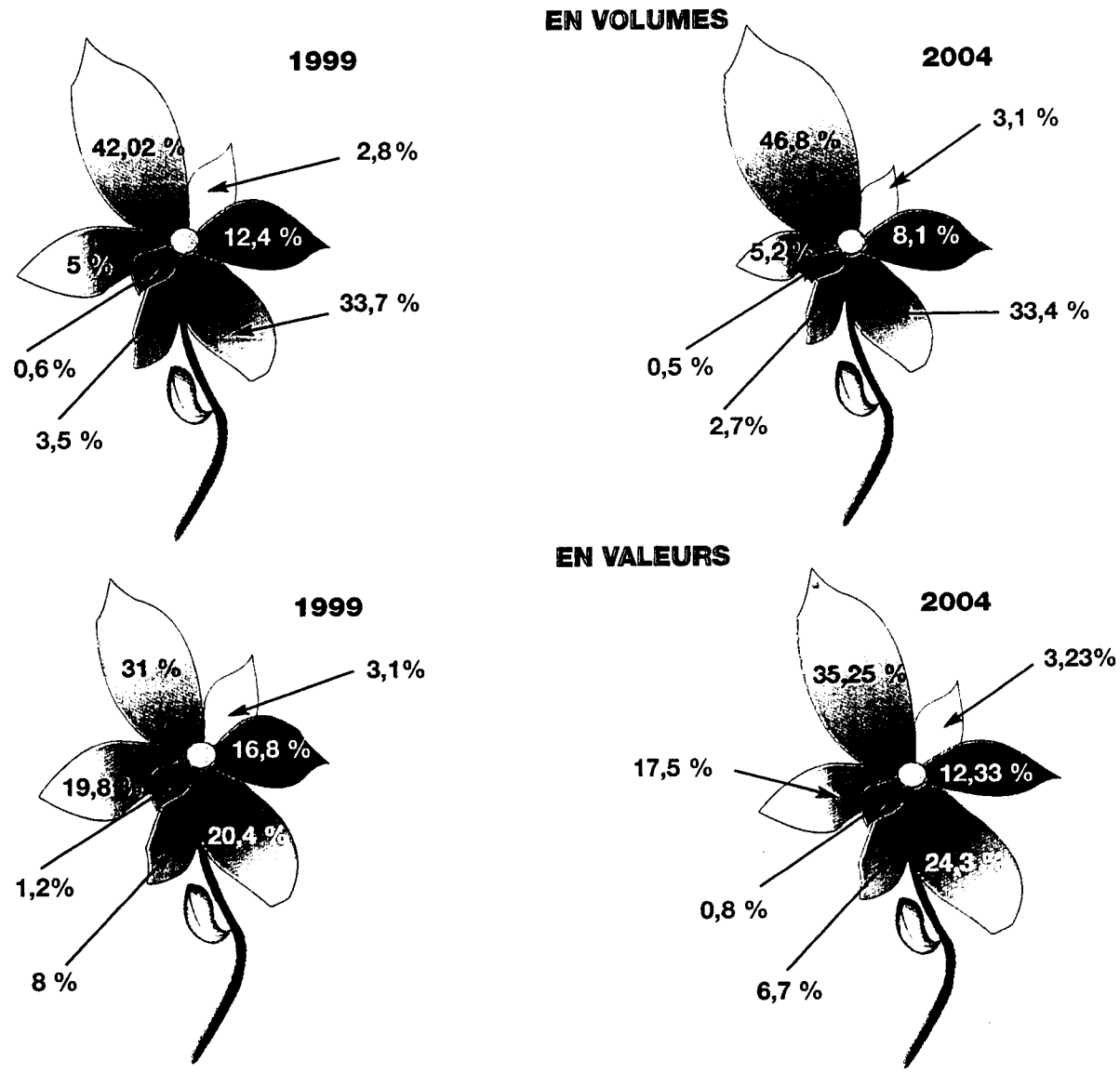
Document 2 : évolution des prix moyens en € selon les lieux d'achat

Lieux d'achat	1999	2001	2002	2004
Fleuriste en boutiques	15,00	16,00	16,60	15,00
Grainetiers	9,00	9,70	11,80	9,70
Détaillants de marché	5,50	6,00	6,40	6,20
Jardineries	8,80	9,30	10,10	8,60
Hypermarchés et supermarchés	5,30	5,60	6,40	5,90
Producteurs	8,50	9,50	10,60	8,80
Grandes surfaces de bricolage	6,00	7,70	8,60	6,60
Autres lieux	7,60	8,15	7,80	9,30

Source: information fleuriste juin 2005

Document 3

LES PARTS RESPECTIVES DES DIFFÉRENTS PRODUITS



Source : Oniflhor/TNS-Sofres
Infographie : Informations Fleuristes

Juin 2005 **INFORMATIONS fleuristes**

Document 4

Parole de Fleurs

Le pouvoir des fleurs

Une initiative commune aux professionnels de la fleur, souvent directement concurrents, se poursuit depuis deux ans. Son nom : Parole de Fleurs. Il s'agit d'assurer la promotion collective de la fleur à travers des actions de communication dans les médias. Quand les fleurs parlent, elles prennent le pouvoir !

le programme des actions 2005

L'objectif est toujours de stimuler les ventes lors des fêtes calendaires pour instaurer une véritable communication autour de ces occasions pour faire passer auprès du plus grand nombre le message magique des fleurs.

• Saint-Valentin :

- Des jeux radios pour les auditeurs avec comme message permanent « *Offrez des fleurs pour la Saint-Valentin* ».
- Le décor des plateaux des émissions "*Vidéo Gag*" et "*Attention à la Marche*" pour sensibiliser un public réputé moins acheteur des fleurs.
- Un test sur l'amour et les fleurs dans différents quotidiens régionaux.

• Fête des grands-mères - 6 mars :

- 1/2 page hauteur dans le magazine *Paris-Match*.
- La création d'une affichette spéciale pour les fleuristes.

• Fête des mères - 29 mai :

- Des partenariats avec les principales radios FM.

• Sortie des classes - 1er juillet :

- Des partenariats avec les principaux quotidiens régionaux.

• Fêtes de l'Avent et de fin d'année - décembre :

- 1/2 page hauteur dans *Paris-Match*.
- La création d'une affiche spéciale pour les fleuristes.

Ces actions seront complétées en cours d'année.



L'affiche qui sera envoyée aux fleuristes pour la fête des grands-mères et dont le visuel sera repris sur une demi-page dans *Paris-Match*.

Les membres de Parole de Fleurs

Aquarelle, Chambre syndicale des fleuristes d'Ile-de-France, Collectif des fournisseurs fleuristes, Fédération nationale des fleuristes de France, *Fleurs de France*, Florajet.com, Floris, *Informations Fleuristes*, Interflora, Jardin des Fleurs, Metz, Office hollandais des fleurs, Penja, Polypap, Rapid'Flore, Sica Marché aux fleurs d'Hyères, Smithers-Oasis, Un été à la campagne, Télefleurs-EuroFlorist France.

Document 5 (1/4)

Votre métier
Client mystère

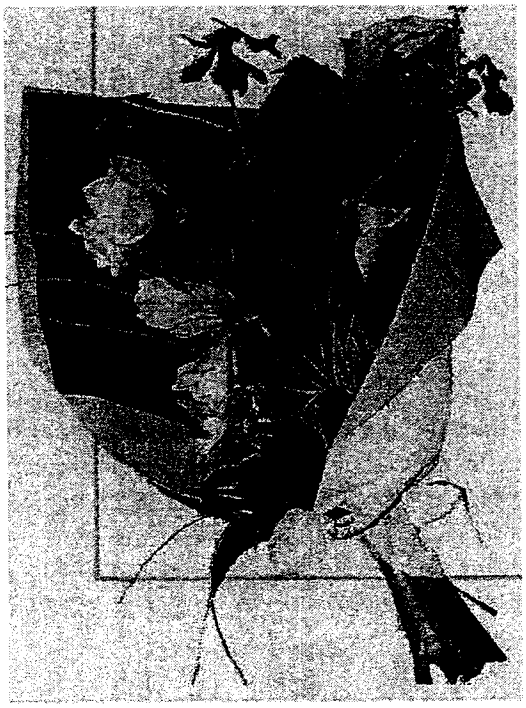
Pour l'anniversaire d'une amie

Un bouquet extravagant

**Le client mystère, que vous commencez à connaître, a encore frappé...
Déguisée en client "lambda", notre journaliste a fait composer quatre bouquets d'anniversaire "extravagants" pour l'anniversaire d'une amie tout aussi originale. Les résultats...**

BÉNÉDICTE LE GUÉRINEL

Il me faudrait un bouquet d'anniversaire pour une amie particulièrement extravagante, mais aux goûts très sûrs en matière de mode et de décoration. Je voudrais un bouquet très original qui lui ressemble, surtout pas rond. Mon budget ? 30 à 40 euros. En toute confidence, j'avais l'autorisation d'aller jusqu'à 60 euros...



UNE EXTRAVAGANCE SAGE

UN BOUQUET TRÈS GRAPHIQUE

Une petite boutique champêtre attire mon regard sur un boulevard du sud de Paris. À l'intérieur, petits meubles de brocante et jouets anciens forment un fatras joyeux. la patronne, en revanche, ne me semble pas de très bonne humeur. Heureusement, c'est sa jeune employée qui s'occupe de moi. Piercée et tatouée, son look laisse à penser que l'extravagance ne lui est pas étrangère et j'en suis ravie. Une fois mon petit "topo" exposé, elle me propose tout de suite des fleurs blanches, sans doutes parce que ce sont les plus grandes de la boutique.

Je réponds que je veux quelque chose de vraiment original et que je lui fais confiance. Elle s'exécute en silence. Elle assemble des amaryllis et des arums blancs avec une branche de marronnier tendre, des grandes feuilles exotiques, un peu de bear grass, puis pique un tillandsia.

Pendant ce temps-là, mes essais de lier conversation avec la patronne restent vains. Je repars avec un bouquet pur et très graphique à 38 euros, sans être toutefois réellement délirant.

Document 5 (2/4)
Votre métier
Client mystère

UNE EXTRAVAGANCE MYSTÉRIEUSE

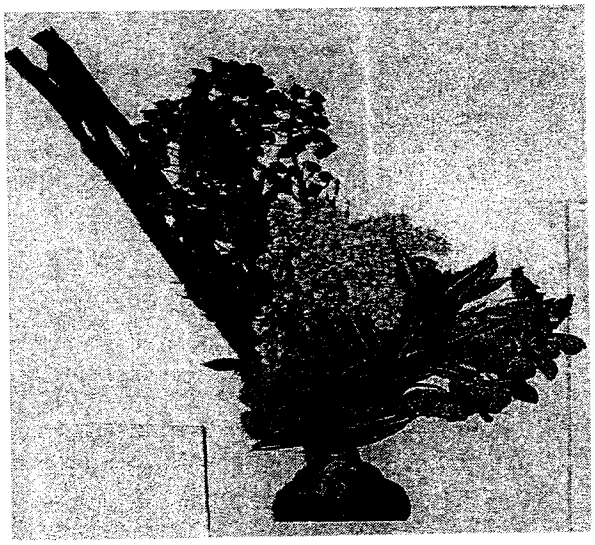
UN BOUQUET BRANCHÉ CHIC



Cette boutique noire d'un fleuriste parisien renommé et chic, je m'étais promis d'y pénétrer un jour. Des tables lumineuses éclairant l'eau colorée des vases, des fleurs en répétition dans un esprit déco chic... je suis sous le charme. Une jeune employée m'aborde, très souriante et à l'écoute. Je lui annonce tout de suite que je suis prête à dépasser le budget annoncé si cela en vaut la peine. Elle me montre des fritillaires d'Afrique du Sud, à forme amusante. Elle y ajoute du lilas blanc puis me montre de somptueuses orchidées "Vanda".
D'accord pour deux tiges. Et aussi pour quelques-unes de ces coques vertes et "poilues", des *gomphacarpus*, plus connus sous le nom d'asclépias.

Lorsque le maître des lieux arrive, la jeune fille lui passe le flambeau. *"Il va vous faire quelque chose de magnifique..."* me dit-elle sur un ton de confidence. Sans me regarder, il ajoute des écorces de fougères arborescentes, puis compose...
"Ça vous plaît ?"
oh que oui ! c'est original, équilibré, les couleurs sont profondes. En un mot : ça "pète"! Et le prix aussi : 124 euros ! je m'étrangle...
Apparemment, je n'ai pas bien compris le prix des "Vanda". On me propose de les retirer. je décide d'en garder une banche pour ne pas trop éteindre le bouquet.
Résultat : 86 euros.





Document 5 (3/4)

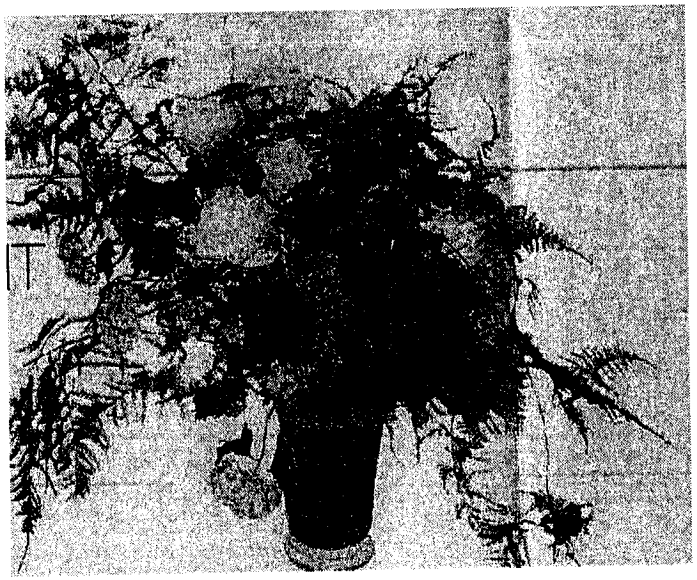
Votre métier
Client mystère

UNE EXTRAVAGANCE FÉERIQUE

UN BOUQUET OPULENT ET AÉRIEN



Nous sommes dans le Paris "bobo" par excellence. J'entre dans une agréable boutique, bucolique, au moment où le patron s'en va. C'est donc apparemment une très jeune et timide apprentie qui s'occupe de moi. Je la sens désolée parce qu'il n'y a plus assez de choix en cette fin d'après midi. Je regarde l'asparagus. -*"Vous aimez ? je pense qu'on peut en faire quelque chose de très joli*" me dit-elle en caressant les tiges.
Je suis tout a fait de son avis et nous décidons de partir sur un bouquet léger, flou et comme dérangé par un souffle d'air. Du viburnum, quelques roses blanches et des renoncules vertes....



Elle hésite mais je l'encourage. Le résultat est d'ailleurs très joli.
À ce stade, je luis demande une estimation du prix car nous n'avons pas parlé budget. Elle m'annonce 17 euros. Je m'étrangle pour la deuxième fois de l'après midi mais pour la raison inverse.

"Alors faites-moi la même chose mais en beaucoup plus gros. C'est un bouquet d'anniversaire, je suis prête à mettre plus." La jeune fille ne se fait pas prier. Elle s'applique, y passe du temps, joue avec chaque fleur.

Elle n'est pas sûre d'elle avec les clients mais c'est sûr, elle a du talent. Sa collègue s'extasie sur son travail. Moi aussi. Au final, le prix est multiplié par trois et demi !

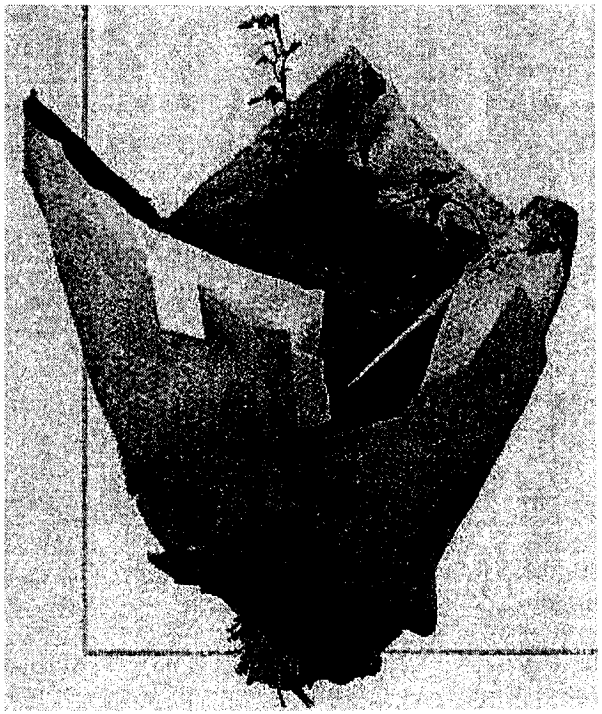
Document 5 (4/4)

Votre métier

Client mystère

UNE EXTRAVAGANCE TOURBILLONNANTE

UN BOUQUET INTENSE ET IMPERTINENT



Sur un grand axe parisien, j'entre dans une vaste boutique-atelier largement ouverte sur la rue. Si le quartier est populaire, le choix des fleurs est plutôt intéressant et les compositions sont de bon goût. L'employée qui s'occupe de moi – plutôt froide au départ – me demande la couleur de base que je souhaite. Nous partons sur le rouge. Elle déplore de ne pas avoir de fleurs très originales. Je l'influence en lui disant qu'un beau travail sur la forme pourra apporter la touche insolite que j'attends.

Après avoir choisi des célosies, de belles têtes d'hortensias, des callas, des branches de leucodendron et quelques tiges de viburnum, la fleuriste insiste pour ajouter des roses.*"qui donneront du corps au bouquet"*. J'acquiesce.

Nous vibrons ensemble sur le détail qui fait tout : de grandes traînes de lierre qui dépasseront de l'ensemble et s'enrouleront autour. Comme elle est cachée derrière un comptoir trop haut, je ne la vois pas travailler. Quand elle me montre le résultat, je suis séduite. C'est flou, insolent et profond. Elle s'est détendue et nous plaisantons. Quant au prix ? Très raisonnable : 50 euros.



INFORMATIONS fleuristes JUIN 2005

Annexe 1 : à rendre

1.1 Part de marché des fleuristes en boutique en 2004 :

.....

1.2 Taux d'évolution :

Années / Taux	2001 / 1999	2002 / 2001	2004 / 2002
Taux d'évolution			

1.3 Analyse de l'évolution des parts de marché, en volumes, des différents produits :

- .....
- .....
- .....

1.4 Analyse de l'évolution des parts de marché, en valeurs, des différents produits :

- .....
- .....
- .....

1.5 Choix commerciaux proposés pour se démarquer de la concurrence des jardineries et des hypermarchés :

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

Annexe 2 : à rendre

2.1 Analyse de l'affiche "Fêtes des Mamies" :

- Cible visée : .....

.....

- Message publicitaire : .....

.....

.....

- Ton utilisé : .....

.....

.....

.....

2.2 Autres moyens de communication :

- .....

- .....

2.3 Autres fêtes :

- .....

- .....

Annexe 3 : à rendre

3.1 Mobiles d'achats :

- .....

- .....

3.2 Analyse des situations de vente :

Analyse / Produits	Points forts	Points faibles
Bouquet graphique	- -	- -
Bouquet branché chic	- -	- -
Bouquet opulent et aérien	- -	- -
Bouquet intense et impertinent	- -	- -

3.3 Erreurs à éviter lors de la vente :

- .....

- .....

- .....

- .....

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.