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

BP FLEURISTE • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

BP Fleuriste

E3 Commercialisation : Épreuve de techniques commerciales (U32)

Session 2005 • Code sujet : **U32** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **2**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse du marché du deuil** (6 questions) — **Page 3**
2. **Choix des produits et argumentation commerciale** (4 questions) — **Page 7**
3. **Analyse des mobiles d’achat selon SONCAS** (2 questions) — **Page 11**
4. **Calculs commerciaux et rentabilité d’une composition florale** (3 questions) — **Page 13**
5. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 16**

Sujet officiel (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2005/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2005 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse du marché du deuil

Dans la boutique Manon Fleurs, située à Lyon, le propriétaire demande d'analyser le marché du deuil à partir d'un article de presse. Les questions portent sur son évolution, les dépenses et habitudes d'achat, les effets de la crémation et les moyens de préserver l'activité.

Annexe 1

Question 1. À l'aide du document 1, caractériser l'évolution du marché du deuil.

Le marché du deuil est en recul, mais il ne disparaît pas et ne connaît pas de saisonnalité. Au premier semestre 2003, les achats diminuent de plus de 10 %. Les dépenses annuelles passent de 587,4 millions d'euros en 1999 à 562 millions en 2002. Le nombre d'achats recule aussi : 57 millions en 1999, 50 millions en 2001 et 48 millions en 2002. L'article confirme donc une contraction durable de l'activité, malgré des périodes parfois très chargées.

Annexe 1, réponse 1

1. Caractériser l'évolution du marché du deuil

Marché en recul, mais toujours actif et sans saisonnalité.

.....

.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le marché du deuil recule nettement, mais demeure actif et sans saisonnalité.

Question 2. Calculer le budget consacré aux fleurs par les clients à Paris et en milieu rural à partir des données du document 1.

Lieu	Coût moyen des obsèques	Part des fleurs	Calcul du budget fleurs
Paris	2 800 €	5 %	2 800 × 5 % = 140 €
Milieu rural	2 300 €	5 %	2 300 × 5 % = 115 €

Le document précise que les fleurs représentent 5 % du coût moyen des obsèques, hors marbrerie. Le calcul consiste à multiplier chaque coût par 0,05. Les montants obtenus sont des budgets moyens estimés par cérémonie, et non une dépense identique pour chaque famille. L'écart entre Paris et le milieu rural s'explique par le coût moyen des obsèques plus élevé à Paris.

Annexe 1, réponse 2

Paris : 140 € ; milieu rural : 115 €.

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

✓ RÉPONSE À RETENIR

Budget fleurs : 140 € à Paris et 115 € en milieu rural.

Question 3. Lister les évolutions des habitudes d'achat des clients décrites dans le document 1.

Les habitudes d'achat évoluent à la baisse et les familles adaptent la nature de leurs commandes. L'article décrit plusieurs changements :

- Les budgets diminuent et les grosses pièces, comme les dessus de cercueil et les grandes couronnes, sont moins commandées.
- Une composition unique offerte par la famille regroupée remplace parfois plusieurs gerbes ou couronnes.
- Les proches plus éloignés se regroupent également pour offrir un seul article.
- Les plantes en pot, plus résistantes, gagnent du terrain face aux fleurs coupées. Les grandes surfaces et les jardineries prennent aussi une part des ventes.

Annexe 1, réponse 3

- Moins de grosses pièces ; achats regroupés ; plantes en pot et grande distribution en hausse.
- .....
- .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Budgets et grosses compositions diminuent ; les achats se regroupent, tandis que les plantes en pot et la grande distribution progressent.

Question 4. Déterminer les raisons de l'évolution du marché du deuil présentées dans le document 1.

L'article explique le recul par des mutations sociales et des contraintes économiques. Les budgets consacrés aux obsèques et aux fleurs tendent à diminuer. L'urbanisation rend les cérémonies plus intimes et les traditions collectives moins présentes. L'éloignement géographique des familles limite aussi la fréquentation régulière des cimetières. Enfin, le besoin de sacré et de solennité s'affaiblit. La concurrence des grandes surfaces et des jardineries détourne également une partie des achats des fleuristes indépendants.

1. Causes sociales : urbanisation, familles dispersées et évolution des mentalités.
2. Causes économiques et commerciales : dépenses réduites et concurrence accrue.

Annexe 1, réponse 4

- Budgets réduits, urbanisation, éloignement, évolution des mentalités et concurrence.
- .....
- .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le recul s'explique par les budgets réduits, l'urbanisation, l'éloignement familial, l'évolution des mentalités et la concurrence.

Question 5. Relever les incidences de la crémation sur le marché du deuil.

La crémation freine les achats de fleurs, particulièrement en milieu urbain. Lorsque les cendres sont dispersées, les familles n'achètent parfois aucune fleur, en cohérence avec le souhait de ne laisser aucune trace. En revanche, les fleurs restent possibles si les cendres sont déposées dans un caveau familial ou un columbarium.

- Dispersion des cendres : fleurissement parfois absent.
- Caveau ou columbarium : les fleurs peuvent continuer à être offertes et déposées.

Le fleuriste peut expliquer ces possibilités aux familles.

Annexe 1, réponse 5

- Dispersion des cendres : moins de fleurs ; caveau ou columbarium : fleurissement possible.
- .....

6. Énumérer les solutions à apporter pour conserver le marché du deuil

✓ RÉPONSE À RETENIR

La dispersion des cendres réduit les achats ; un caveau ou un columbarium permet toutefois de continuer à fleurir.

Question 6. Énumérer les solutions à apporter pour conserver le marché du deuil.

Pour conserver cette activité, le fleuriste doit se distinguer par la qualité de ses créations et de son service. Il peut mettre en œuvre les actions suivantes :

1. Présenter un book de compositions soignées pour aider les familles à choisir.
2. Proposer des créations différenciées, originales ou classiques, adaptées aux demandes.
3. Conseiller les familles, notamment sur les possibilités de fleurissement après une crémation.
4. Rester disponible et proposer des services tels que le dépôt de plantes sur les tombes, notamment à la Toussaint.
5. Assurer une prestation de qualité pour satisfaire et fidéliser les clients.

Annexe 1, réponse 6

- .....

Qualité, créations différenciées, conseil, disponibilité, livraison et fidélisation.

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

✓ RÉPONSE À RETENIR

Se différencier par la qualité, la création et le conseil, puis fidéliser par un service disponible et adapté.

2. Choix des produits et argumentation commerciale

Monsieur Furnon veut adapter l'assortiment de sa boutique aux tendances du marché du deuil décrites par des professionnels. Il faut ensuite choisir des articles parmi quatre propositions illustrées et justifier chaque choix par trois arguments adaptés à la situation du client.

Annexe 2

Question 2.1. D'après les avis des professionnels du document 2, citer les tendances des produits à proposer en magasin et compléter l'annexe 2.

Les professionnels recommandent un assortiment diversifié, mêlant créations originales et produits adaptés à l'entretien des tombes.

Tendance	Produits à proposer
Innovation et personnalisation	Créations originales, sur mesure, en trois dimensions ou de style moderne.
Entretien des tombes	Fleurs artificielles, utilisées pour l'entretien.
Modernité	Compositions travaillées, riches en feuillages et proches de l'aspect naturel.
Tradition et différenciation	Compositions classiques, camaïeux et couleurs variées, fleurs autres que les chrysanthèmes, écorces et bougies.

Il faut conserver les modèles classiques tout en renouvelant les formes, les matières et les couleurs.

Annexe 2 complétée



✓ RÉPONSE À RETENIR

Proposer des créations originales, des fleurs artificielles d'entretien, des compositions modernes et feuillues, ainsi que des modèles classiques et différenciés.

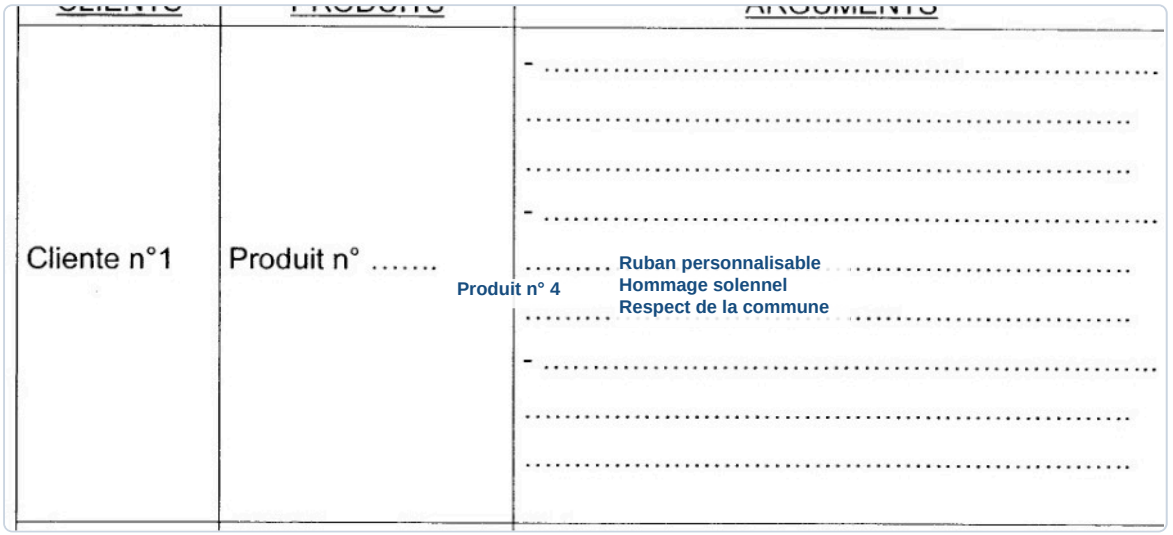
Cliente n° 1, annexe 3

Question 2.2. Choisir parmi les quatre articles du document 3 celui qui convient à une secrétaire de mairie commandant des fleurs pour un ancien maire de la commune, âgé de 81 ans, et souhaitant un ruban. Justifier le choix par trois arguments de vente et compléter l'annexe 3.

Je retiens le produit n° 4, la couronne rehaussée d'un large ruban. Elle répond à la demande de la secrétaire et convient à un hommage collectif à un ancien maire.

- Le ruban permet d'inscrire un message au nom de la mairie.
- La couronne constitue un hommage funéraire solennel.
- Son format visible exprime le respect de la commune envers son ancien maire.

Annexe 3, cliente n° 1



✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Cliente n° 1 : produit n° 4, couronne avec ruban, pour un hommage officiel, visible et personnalisable.

Client n° 2, annexe 3

Question 2.2. Choisir parmi les quatre articles du document 3 celui qui convient à un homme venant pour le décès de son épouse, âgée de 50 ans et très pratiquante. Justifier le choix par trois arguments de vente et compléter l'annexe 3.

Le produit n° 3, la croix, est le plus adapté à une défunte très pratiquante. Sa forme exprime clairement la foi et donne à l'hommage un caractère religieux.

1. Le symbole de la croix correspond à ses convictions.
2. La composition florale permet de rendre hommage à son épouse avec dignité.
3. Le dégradé du bordeaux jusque dans le feuillage offre une finition travaillée et soignée.

Annexe 3, client n° 2

Client n°2	Produit n°	- .... - ..... Produit n° 3 Symbole de foi Hommage digne à son épouse Bordeaux dégradé, feuillage travaillé ..... - ....

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Client n° 2 : produit n° 3, la croix, pour un hommage religieux, digne et soigné.

Clients n° 3, annexe 3

Question 2.2. Choisir parmi les quatre articles du document 3 celui qui convient à un couple venant pour le décès de son très jeune enfant, dont les obsèques comporteront une crémation. Justifier le choix par trois arguments de vente et compléter l'annexe 3.

Je propose le produit n° 1, le Cœur Sauvage. Pour des parents endeuillés, sa forme de cœur exprime l'attachement à leur très jeune enfant et convient à un hommage personnel. La crémation n'exclut pas les fleurs.

- La forme de cœur symbolise l'amour et la proximité familiale.
- Cette composition florale permet un hommage sensible et personnalisé.
- Elle peut accompagner la cérémonie de crémation sans symbole religieux imposé.

Annexe 3, clients n° 3

Clients n°3	Produit n°	- .... - .... Produit n° 1 Forme de cœur, symbole d'amour Hommage personnel à un enfant Fleurs adaptées à la cérémonie - ....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Clients n° 3 : produit n° 1, le Cœur Sauvage, pour un hommage tendre, personnel et adapté à la cérémonie.

3. Analyse des mobiles d’achat selon SONCAS

Le fleuriste souhaite tester la capacité à repérer les mobiles d’achat des clients qui commandent des fleurs pour un deuil. Il faut développer les lettres de la liste guide SONCAS et associer à chaque mobile une phrase citée par un client.

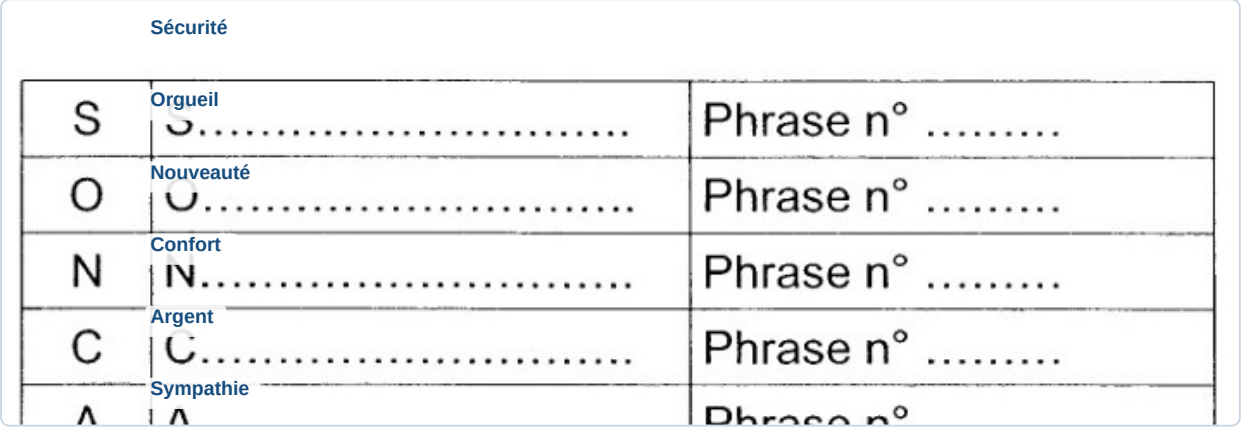
Annexe 4

Question 3.1. Compléter l’annexe 4 en indiquant le mobile d’achat correspondant à chaque lettre de la liste guide SONCAS.

Chaque lettre de SONCAS correspond à un mobile d’achat :

Lettre	Mobile d’achat
S	Sécurité
O	Orgueil
N	Nouveauté
C	Confort
A	Argent
S	Sympathie

Annexe 4 : mobiles SONCAS complétés



✓ RÉPONSE À RETENIR

Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie.

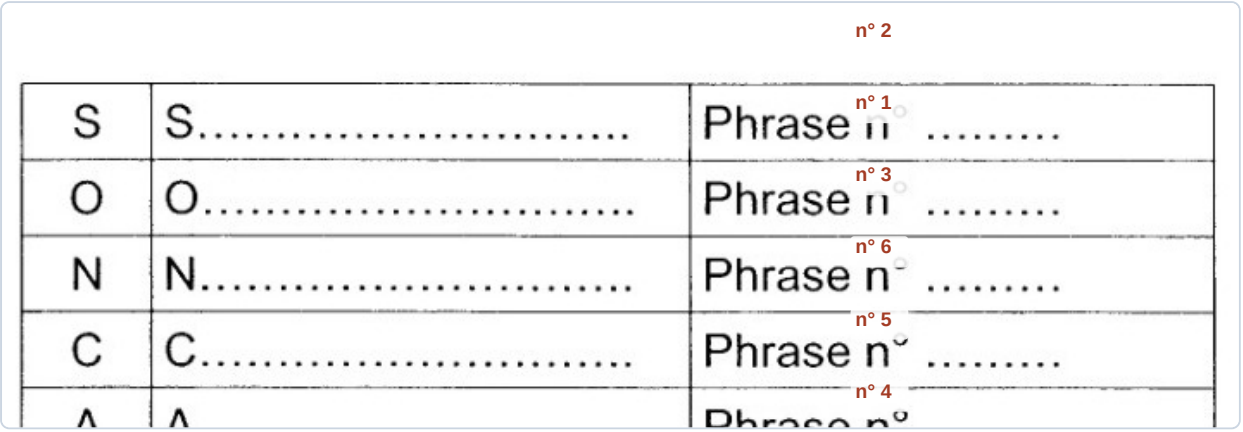
Question 3.2. À partir des six phrases de clients proposées dans le sujet, associer dans l’annexe 4 une phrase à chacun des mobiles d’achat SONCAS.

Associez chaque phrase au mobile qu’elle exprime :

1. Sécurité : phrase n° 2, « Je veux que cela dure. »
2. Orgueil : phrase n° 1, « J’aimerais que cela fasse de l’effet. »
3. Nouveauté : phrase n° 3, « Je voudrais quelque chose d’original. »

4. Confort : phrase n° 6, « Pouvez-vous livrer cet article ? »
5. Argent : phrase n° 5, paiement en plusieurs fois.
6. Sympathie : phrase n° 4, décès d'une amie très proche.

Annexe 4 : phrases associées aux mobiles



✓ RÉPONSE À RETENIR

Sécurité : 2 ; Orgueil : 1 ; Nouveauté : 3 ; Confort : 6 ; Argent : 5 ; Sympathie : 4.

4. Calculs commerciaux et rentabilité d’une composition florale

La boutique envisage de proposer une composition florale piquée dans une corbeille au prix TTC pratiqué par ses concurrents. À partir du taux de TVA, de la composition détaillée et du temps de fabrication, il faut déterminer le prix HT, le coût d’achat et la marge nette, puis renseigner la décision de réalisation.

Annexe 5

Question 4.1. Calculer dans l’annexe 5 le prix de vente HT de la composition proposée à 130 € TTC, en appliquant le taux de TVA réglementaire.

Le taux normal de TVA applicable à la session 2005 est de 19,6 %. Le prix HT se calcule en divisant le prix TTC par 1,196.

Prix TTC	TVA	Calcul	Prix HT
130,00 €	19,6 %	130 ÷ 1,196	108,70 €

Annexe 5 complétée

PVTTC	TAUX DE TVA	CALCULS	PVHT
130,00 €	..... 19,6 %	..... 130 ÷ 1,196	..... 108,70 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prix de vente HT : 108,70 €

Annexe 6

Question 4.2. À l'aide des quantités et des prix d'achat unitaires HT du document 4, déterminer dans l'annexe 6 le coût d'achat total HT de la composition.

Désignation	Quantité	Prix unitaire HT	Montant HT
Corbeille	1	5,00 €	5,00 €
Mousse	2	1,00 €	2,00 €
Verdure	1 forfait	3,50 €	3,50 €
Lys	3	1,50 €	4,50 €
Rose	12	0,80 €	9,60 €
Alstromeria	9	0,55 €	4,95 €
Gerbera	11	0,65 €	7,15 €
Alvéolé	6	0,50 €	3,00 €
Lysianthus	8	1,05 €	8,40 €
Coût d'achat total HT			**48,10 €**

Pour chaque ligne, le montant est la quantité multipliée par le prix unitaire. Le forfait de verdure est compté une fois.

Annexe 6 complétée

		unitaire	HT
Corbeille	1	5,00 €	5,00 €
Mousse	2	1,00 €	2,00 €
Verdure	1 forfait	3,50 €	3,50 €
Lys	3	1,50 €	4,50 €
Rose	12	0,80 €	9,60 €
Alstromeria	9	0,55 €	4,95 €
Gerbera	11	0,65 €	7,15 €
Alvéolé	6	0,50 €	3,00 €
Lysianthus	8	1,05 €	8,40 €
COUT D'ACHAT TOTAL HT			48,10 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Coût d'achat total HT : 48,10 €

Annexe 7

Question 4.3. Calculer dans l'annexe 7 la marge nette de la composition, en tenant compte du prix de vente HT, du coût d'achat et du coût de main-d'œuvre. La confection dure 30 minutes et le coût horaire de main-d'œuvre est de 16 €. Renseigner également la décision de réalisation de la composition.

La main-d'œuvre revient à 8,00 € : 30 minutes correspondent à une demi-heure au coût horaire de 16 €. La marge nette est le prix de vente HT moins le coût d'achat et la main-d'œuvre.

Prix de vente HT	Coût d'achat HT	Main-d'œuvre	Marge nette
108,70 €	48,10 €	8,00 €	52,60 €

La marge étant positive, la réalisation de la composition est retenue.

Annexe 7 complétée

Annexe 7

PVHT	COUT D'ACHAT	MAIN D'ŒUVRE *	MARGE NETTE
108,70 €	48,10 €	8,00 €	52,60 €
Décision de réalisation de la composition (OUI ou NON)			..... OUI ..

* *Détail du calcul :*.....

Détail : 30 ÷ 60 × 16 = 8,00 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge nette : 52,60 €. Réalisation : oui.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2005)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de techniques commerciales du BP Fleuriste, session 2005, porte le code U32 et dure 2 heures, avec un coefficient 2. Dans le contexte de la boutique Manon Fleurs, elle étudie le marché du deuil, les tendances des produits, le conseil client selon SONCAS et la rentabilité d'une composition en corbeille. Elle évalue l'analyse commerciale, l'argumentation et les calculs de prix.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Pour passer d'un prix TTC au prix HT : PVHT = PVTTC ÷ (1 + taux de TVA).
- Le coût d'achat total HT s'obtient en additionnant, pour chaque composant, quantité × prix d'achat unitaire HT.
- Le coût de main-d'œuvre se calcule en convertissant le temps de fabrication en heures, puis en le multipliant par le coût horaire.
- La marge nette de la composition se calcule en retranchant du prix de vente HT le coût d'achat et le coût de main-d'œuvre.

Points de vigilance & attentes du jury

- Vérifier le taux de TVA réglementaire demandé pour la session et distinguer clairement prix TTC et prix HT.
- Reprendre toutes les quantités et tous les prix unitaires du document 4, puis contrôler les montants et leur total.
- Convertir les 30 minutes de fabrication en heures avant de calculer le coût de main-d'œuvre.
- Adapter chaque produit aux circonstances du deuil et fournir trois arguments de vente pour chaque client.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment retrouver le prix HT à partir d'un prix TTC ?

Divisez le prix TTC par 1 augmenté du taux de TVA exprimé sous forme décimale. Par exemple, avec un taux de 19,6 %, le calcul s'écrit : prix HT = prix TTC ÷ 1,196.

Q : Comment calculer le coût de main-d'œuvre pour une fabrication de 30 minutes ?

Convertissez 30 minutes en 0,5 heure, puis multipliez cette durée par le coût horaire indiqué. Avec un coût horaire de 16 €, le coût de main-d'œuvre de la composition est donc de 8 €.

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

Répartissez le temps entre les quatre parties en tenant compte de leurs barèmes : 7 points pour l'analyse du marché, 16 pour les produits et l'argumentation, 6 pour SONCAS et 11 pour les calculs commerciaux.

Q : Quels critères vérifier pour les calculs et les choix de produits ?

Le sujet demande des calculs présentés dans les annexes et trois arguments de vente pour chaque choix de produit. Appuyez-vous sur les données des documents, les circonstances du deuil et les besoins exprimés par les clients.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2005/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2005 - 1-Sujet.pdf

Ressources BP Fleuriste : 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.