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

Fleuristerie

Session 2005 • Code sujet : **Non indiqué** • Durée : **Non indiquée**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Évolution du marché du deuil** (6 questions) — **Page 3**
2. **Tendances des produits et choix argumenté pour les clients** (2 questions) — **Page 6**
3. **Association des motivations de la méthode SONCAS** (1 question) — **Page 8**
4. **Calculs commerciaux : TVA, coût d'achat et marge nette** (3 questions) — **Page 9**
5. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 12**

Sujet officiel (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2005/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2005 - 2-Sujet.pdf

1. Évolution du marché du deuil

À partir d'un article du document 1, cette partie étudie le marché des fleurs et compositions funéraires. Elle porte sur l'évolution de la demande, les comportements et leurs causes, les effets de la crémation et les solutions commerciales envisageables.

1.1

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

Le marché des fleurs et des compositions funéraires est en recul. Les prises de commandes ont chuté d'environ 20 % sur une période d'environ quatre ans. Cette baisse caractérise une diminution de la demande sur le marché du deuil. Elle concerne les commandes passées auprès des fleuristes et traduit une évolution durable des pratiques d'achat des familles.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le marché du deuil recule : les prises de commandes ont diminué d'environ 20 % en quatre ans.

Question 2. Calculer le budget consacré aux fleurs par les clients à Paris et en milieu rural.

Le budget consacré aux fleurs représente 5 % du budget indiqué pour les obsèques. Pour chaque lieu, on applique ce taux au montant correspondant. Le calcul consiste à multiplier le budget des obsèques par 5, puis à diviser le résultat par 100. Les montants obtenus correspondent au budget floral estimé pour Paris et pour le milieu rural.

Lieu	Budget des obsèques	Calcul du budget fleurs	Budget fleurs
Paris	2 800 €	2 800 × 5 / 100	140 €
Milieu rural	2 300 €	2 300 × 5 / 100	115 €

Le budget floral estimé est donc plus élevé à Paris qu'en milieu rural.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Budget consacré aux fleurs : 140 € à Paris et 115 € en milieu rural.

Question 3. Lister les évolutions des habitudes d'achat des clients.

Les habitudes d'achat évoluent vers des hommages moins nombreux ou moins volumineux. Les changements relevés concernent la taille des pièces, les personnes qui les financent et le lieu d'achat. Les principales évolutions sont les suivantes :

- Les achats de grosses pièces, comme les dessus de cercueil et les grandes couronnes, diminuent.
- Plusieurs membres d'une famille se regroupent pour acheter une pièce unique.
- Les compositions des membres plus éloignés de la famille diminuent en nombre et en importance.

- La préférence pour les achats en grande distribution augmente.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les grosses pièces et les compositions des proches éloignés diminuent, tandis que les achats familiaux groupés et les achats en grande distribution progressent.

Question 4. Déterminer les raisons de l'évolution des habitudes d'achat.

Plusieurs évolutions sociales et pratiques expliquent ces changements. L'urbanisation rend les célébrations de deuil plus intimes. L'éclatement géographique des familles éloigne certains proches de la cérémonie et modifie leur participation. La progression de la crémation s'accompagne parfois de cérémonies « sans fleurs ni couronnes ». Enfin, certaines familles choisissent de faire un don à une œuvre plutôt que d'acheter une composition florale. Ces facteurs contribuent à transformer les commandes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les causes sont l'urbanisation, l'éloignement géographique des familles, la crémation et les dons à des œuvres.

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

La crémation modifie les lieux et les possibilités de fleurissement. Les incidences relevées sur le marché du deuil sont les suivantes :

- Lorsque les cendres sont dispersées, la cérémonie se déroule parfois sans fleurs.
- Les columbariums ne permettent pas de fleurir facilement les défunts.
- Les jardins du souvenir imposent de partager l'espace avec d'autres défunts.

Ces situations limitent les occasions de proposer des compositions funéraires ou rendent leur installation plus difficile.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> La dispersion des cendres peut se faire sans fleurs, le fleurissement des columbariums est difficile et les jardins du souvenir sont partagés.

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

Pour préserver ce marché, le fleuriste peut rendre son offre plus lisible, conseiller les familles et développer des services adaptés. Il peut notamment :

1. Constituer un book présentant les compositions proposées.
2. Expliquer précisément les possibilités et guider les clients dans leurs choix.
3. Proposer des articles de qualité.

4. Offrir des services supplémentaires, comme le fleurissement et l’entretien des tombes tout au long de l’année.

Ces actions permettent de mieux répondre aux attentes des familles et de prolonger la relation commerciale après la cérémonie.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Constituer un book, conseiller les clients, proposer des articles de qualité et offrir des services de fleurissement et d’entretien des tombes.

2. Tendances des produits et choix argumenté pour les clients

Cette partie s'appuie sur les avis de professionnels concernant les produits à proposer dans un magasin de fleurs. Elle demande aussi de choisir un produit pour chacun de trois clients et de justifier les choix selon la cérémonie, le défunt et les caractéristiques des compositions.

Tendances des produits

Question 2.1. D'après les professionnels cités dans le document 2, indiquer les tendances des produits à proposer dans un magasin.

Les tendances recommandées concernent le style, la qualité de réalisation, les coloris et la personnalisation. Elles permettent de répondre à des goûts variés sans limiter l'offre à un seul type de clientèle. En magasin, il faut donc proposer des créations diversifiées et soignées, tout en laissant aux accessoires une place complémentaire dans la composition.

- Associer modèles modernes et classiques.
- Réaliser des compositions travaillées et riches en feuillage.
- Proposer toutes les couleurs, pour tous les âges.
- Ajouter des accessoires, par exemple des écorces ou des bougies.

Tendances des produits floraux

Tendance	Application en magasin
Style	Proposer des produits modernes et classiques
Composition	Compositions travaillées, bien pourvues en feuillage
Coloris	Toutes les couleurs, pour tous les âges
Accessoires	Ajouter, par exemple, des écorces ou des bougies

Synthèse des recommandations des professionnels

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une offre moderne et classique, travaillée, riche en feuillage, proposée dans toutes les couleurs et personnalisable avec des accessoires.

Choix des produits et arguments

Question 2.2. Pour chacun des trois clients, choisir le produit adapté et présenter les arguments qui justifient ce choix.

Les choix ci-dessous relient les caractéristiques de chaque produit à la cérémonie et au défunt. Pour le premier client, la couronne répond au caractère officiel de l'hommage. Pour la deuxième, la croix tient compte de la spiritualité et du profil de la défunte. Pour le troisième, le cœur associe le symbole affectif à une composition adaptée à un jeune enfant et à une crémation.

Client	Produit choisi	Arguments
Client n° 1	Produit n° 4 : couronne	Grande taille adaptée à la notoriété du défunt dans la commune ; possibilité d'ajouter un ruban ; pièce traditionnelle des cérémonies officielles.
Client n° 2	Produit n° 3 : croix	Peut servir de dessus de cercueil, généralement acheté par le conjoint ; coloris tendres adaptés au sexe et à l'âge de la défunte ; forme en harmonie avec sa vie spirituelle.
Client n° 3	Produit n° 1 : cœur	Petite taille adaptée à un très jeune enfant ; forme symbolisant l'amour des parents ; éléments naturels adaptés à la crémation ; coloris blancs appropriés au jeune âge.

Choix argumenté des produits de deuil

Client	Produit	Arguments essentiels
Client n° 1	Produit n° 4	Grande couronne, ruban possible, tradition des cérémonies officielles
Client n° 2	Produit n° 3	Croix aux coloris tendres, adaptée au dessus de cercueil et à la spiritualité
Client n° 3	Produit n° 1	Petit cœur blanc et naturel, adapté au jeune enfant et à la crémation

Correspondance entre chaque client et le produit conseillé

✓ RÉPONSE À RETENIR

Client n° 1 : produit n° 4. Client n° 2 : produit n° 3. Client n° 3 : produit n° 1.

3. Association des motivations de la méthode SONCAS

Cette partie porte sur les six motivations de la méthode SONCAS : sympathie, orgueil, nouveauté, confort, argent et sécurité. Il faut associer chaque motivation à la phrase correspondante parmi les six phrases proposées.

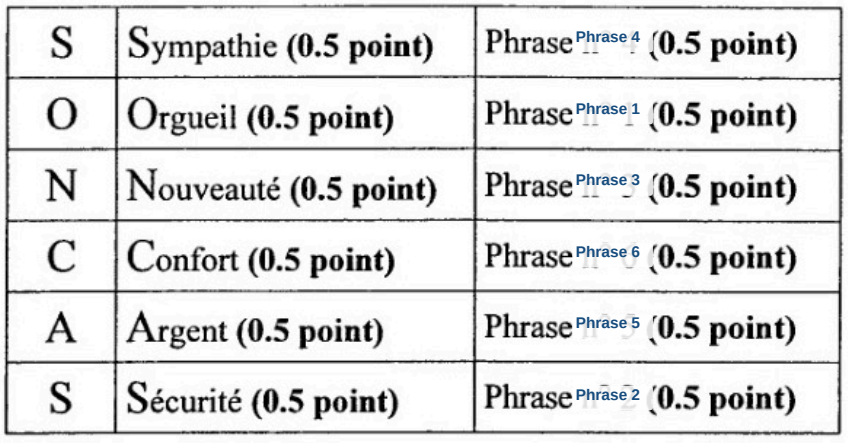
SONCAS

Question Tableau. Associer chacune des six motivations SONCAS à la phrase correspondante.

SONCAS associe chaque motivation d'achat à une phrase précise. La correspondance est vérifiée dans le tableau ci-dessous.

Lettre	Motivation	Phrase correspondante
S	Sympathie	Phrase n° 4
O	Orgueil	Phrase n° 1
N	Nouveauté	Phrase n° 3
C	Confort	Phrase n° 6
A	Argent	Phrase n° 5
S	Sécurité	Phrase n° 2

Associations SONCAS



✓ RÉPONSE À RETENIR

S : phrase 4 ; O : phrase 1 ; N : phrase 3 ; C : phrase 6 ; A : phrase 5 ; S : phrase 2.

4. Calculs commerciaux : TVA, coût d’achat et marge nette

Les annexes portent sur le calcul du prix de vente hors taxes à partir d’un prix TTC, puis sur le coût d’achat d’une composition florale. La dernière annexe demande de calculer la marge nette en tenant compte du coût d’achat et de la main-d’œuvre.

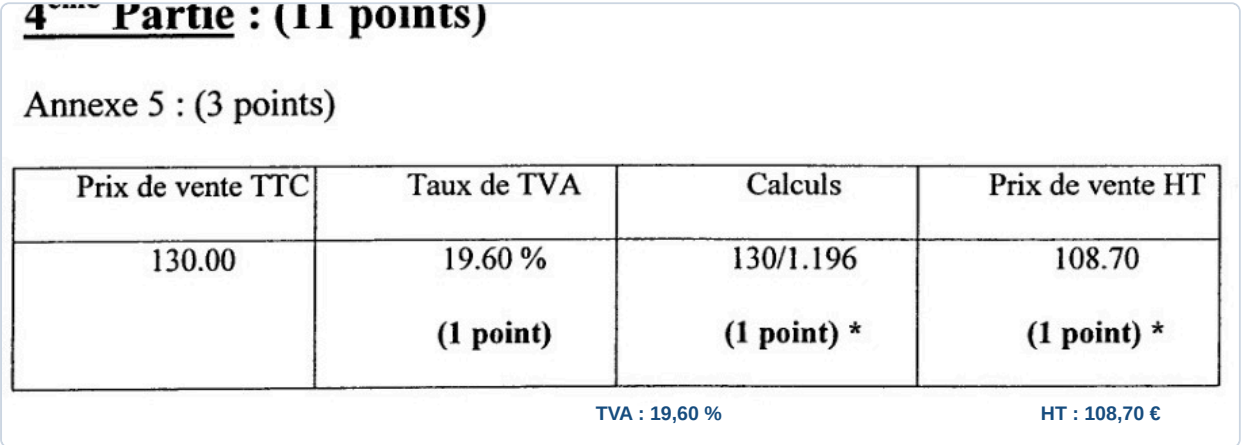
Prix de vente HT

Question Annexe 5. Compléter le tableau en indiquant le taux de TVA, le calcul à effectuer et le prix de vente HT correspondant à un prix de vente TTC de 130,00 €.

Le prix HT s’obtient en divisant le prix TTC par le coefficient correspondant au taux de TVA : 1 + 19,60 % = 1,196. Le résultat est arrondi au centime.

Prix TTC	Taux de TVA	Calcul	Prix HT
130,00 €	19,60 %	130 ÷ 1,196	108,70 €

Annexe 5 complétée



4ème Partie : (11 points)

Annexe 5 : (3 points)

Prix de vente TTC	Taux de TVA	Calculs	Prix de vente HT
130.00	19.60 % **(1 point)**	130/1.196 **(1 point) ***	108.70 **(1 point) ***

TVA : 19,60 % HT : 108,70 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prix de vente HT : 108,70 €.

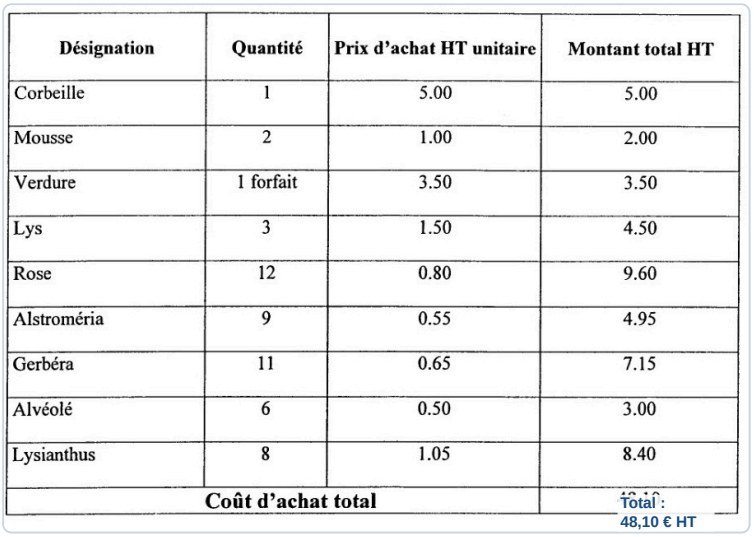
Coût d’achat

Question Annexe 6. Compléter le tableau des fournitures et végétaux en calculant les montants totaux HT par ligne, puis le coût d’achat total.

Multiplier la quantité par le prix d’achat HT unitaire pour chaque ligne. La verdure est facturée au forfait. Le coût d’achat total est la somme des montants obtenus.

Désignation	Quantité	Prix unitaire HT	Montant total 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 €
Alstroméria	9	0,55 €	4,95 €
Gerbéra	11	0,65 €	7,15 €
Alvéolé	6	0,50 €	3,00 €
Lysianthus	8	1,05 €	8,40 €
Coût d'achat total			**48,10 €**

Annexe 6 complétée



Désignation	Quantité	Prix d'achat HT unitaire	Montant total 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
Alstroméria	9	0.55	4.95
Gerbéra	11	0.65	7.15
Alvéolé	6	0.50	3.00
Lysianthus	8	1.05	8.40
Coût d'achat total			Total : 48,10 € HT

✓ RÉPONSE À RETENIR

Coût d'achat total : 48,10 € HT.

Marge nette

Question Annexe 7. Déterminer la marge nette à partir du prix de vente HT, du coût d'achat et du coût de main-d'œuvre, en détaillant les calculs.

La main-d'œuvre coûte 16 × 0,50 € = 8,00 €. La marge nette est le prix de vente HT diminué du coût d'achat et de la main-d'œuvre.

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

Calcul : 108,70 € - 48,10 € - 8,00 € = 52,60 €.

Annexe 7 complétée

Prix de vente HT	Coût d'achat	Main d'œuvre	Marge nette
108.70	48.10	16*0.5 = 8 **(1 point)**	52.60 **(1 point)**

Marge nette : 52,60 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marge nette : 52,60 €.

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

Bilan de l'épreuve : Ce corrigé Manon Fleurs présente une épreuve de fleuristerie en quatre parties, totalisant 40 points. La session, le code sujet, la durée et le coefficient ne sont pas indiqués dans les pages fournies. Le thème central est le marché du deuil, avec l'analyse de la demande, le conseil produit, la méthode SONCAS et des calculs commerciaux de TVA, de coût d'achat et de marge nette.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le budget consacré aux fleurs se calcule en appliquant la part indiquée au budget de chaque zone.
- Pour obtenir le prix HT, diviser le prix TTC par 1 + le taux de TVA exprimé en décimal.
- Le coût d'achat total est la somme des montants HT de chaque ligne de fournitures et de végétaux.
- Dans l'annexe 7, marge nette = prix de vente HT - coût d'achat - coût de main-d'œuvre.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les évolutions des habitudes d'achat, leurs causes et les incidences propres à la crémation.
- Justifier les choix de compositions en reliant forme, taille, couleurs et cérémonie aux besoins du client.
- Vérifier chaque montant de ligne avec quantité multipliée par prix unitaire, puis additionner les montants.
- Détailler les calculs et appliquer le taux de TVA demandé, sans confondre prix TTC et prix HT.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment passer d'un prix TTC à un prix HT dans cette annexe ?

Divisez le prix TTC par le coefficient de TVA. Pour 19,60 %, ce coefficient est 1,196 ; 130 € divisés par 1,196 donnent un prix HT arrondi à 108,70 €.

Q : Comment calculer le coût d'achat total d'une composition ?

Pour chaque ligne, multipliez la quantité par le prix d'achat HT unitaire, puis additionnez les montants. Pour la verdure indiquée au forfait, retenez directement le montant du forfait.

Q : Combien de points comporte le corrigé et quelles sont ses parties ?

Le corrigé répartit 40 points entre quatre parties : marché du deuil, tendances et choix des produits, association SONCAS, puis calculs commerciaux. Les pages fournies ne précisent ni durée ni consigne de gestion du temps.

Q : Quels éléments sont attendus pour le calcul de la marge nette ?

Indiquez le prix de vente HT, le coût d'achat et le coût de main-d'œuvre, puis détaillez la soustraction. Le barème attribue des points aux valeurs indiquées et au calcul explicite de la marge.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2005/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2005 - 2-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.