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

U 32 TECHNIQUES COMMERCIALES

SUJET

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)**
- **crayons de couleur et feutres**

L'ensemble du dossier est à insérer dans la copie d'examen, en l'agrafant sous le cadre

« NE RIEN ECRIRE DANS LA PARTIE BARREE ».

«Fleurs des bois »

Ce sujet comporte 3 parties :

- **1ère partie : Rédaction d'un visuel publicitaire (10 points)**
- **2ème partie : Argumentation commerciale (18 points)**
- **3ème partie : Détermination de prix de vente et rédaction de devis (12 points)**

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Mise en situation

Monsieur ROBIN rencontre depuis quelques années des difficultés économiques ; il souhaite qu'avant les fêtes de printemps vous l'aidiez à analyser la situation et à mettre en place une action commerciale pour redynamiser son activité.

Fiche signalétique de la boutique

Enseigne :

Fleurs des bois

Activités :

Fleuristerie traditionnelle, abonnements, décors, mariage, deuil et transmission florale

Situation :

Centre ville, dans une rue piétonne.
18, rue René Pouteau
77000 Melun

Tél : 01 64 30 20 10 Fax : 01 64 30 20 11

Site : www.fleursdesbois.com

Effectif :

3 personnes (Mr Robin, sa femme et vous)

Horaires d'ouverture :

9h00 – 19h30 du mardi au jeudi,
9h00 – 20h 30 vendredi et samedi
9h00 – 12h 30 dimanche
Fermeture le lundi

1ère partie : rédaction d'un visuel publicitaire

Monsieur ROBIN décide de mettre en place une action de communication pour les fêtes de printemps. Vous concluez ensemble que l'axe de développement le plus intéressant est l'achat pour soi. Ainsi, vous souhaitez inciter vos clients à faire appel à leur artisan fleuriste pour fleurir leurs tables à l'occasion des fêtes, l'idée étant de persuader vos clients qu'un dîner fleuri est un dîner réussi. Pour être incitatif, vous mettez en place une offre promotionnelle de 10% sur les achats de centres de table du 6 au 18 avril. Il vous demande de lui proposer un projet visuel suivant la méthode AIDA qui pourrait servir pour des affiches et des prospectus.

1.1 A l'aide des documents 1 et 2, réaliser un projet de prospectus (annexe 1).

2ème partie : argumentation commerciale

Durant cette journée, Monsieur Robin proposera la composition « reine de cœur » (document 3) pour fleurir les tables de fêtes de printemps.

2.1 Trouver un argument correspondant à chacun des mobiles d'achat « SONCAS » en complétant l'annexe 2.

2.2 A l'aide des caractéristiques proposées sur le document 3, rédiger l'argumentaire final sur l'annexe 3.

2.3 Proposer deux objections relatives au produit et répondre à celles-ci. (annexe 4)

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

3ème partie : détermination du prix de vente et rédaction de devis

Nous sommes le 6 avril. Le comité d'entreprise de la Caisse des Français de l'Etranger (CFE) situé au 12 bis, allée des Lilas à Rubelles (77000) vous demande un devis.

3.1 Déterminer sur l'annexe 5 le prix de vente des produits grâce aux documents 4 et 5.

3.2 Déduire la marge commerciale sur l'annexe 6.

3.3 Rédiger le devis sur l'annexe 7 sachant que le Comité d'Entreprise du CFE vous commande 6 décors de buffet à 72 € TTC unitaire.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

DOCUMENT 1

Promotion : La méthode AIDA

Abordée dans les études tertiaires et commerciales, la méthode AIDA est une méthode permettant de créer une affiche, un publipostage, une publicité ou une annonce pour la vente d'un produit. Cette méthode très utilisée dans le monde commercial, est un élément incontournable du marketing à connaître.

AIDA est une écriture ou une conception d'une publicité en 4 étapes : L'Accroche, l'Intérêt, le Désir et l'Action.

Définition des différentes étapes :

L'Accroche :

L'accroche attire l'attention du client, soit avec des mots écrits en grands caractères, soit avec une image évocatrice, ou encore avec une phrase d'introduction mystérieuse qui le pousserait à en savoir plus sur votre produit ou votre service.

L'Intérêt :

Vous expliquerez ici l'intérêt que le client aura à posséder le produit, par exemple un service de qualité, ou encore un produit moins cher. Vous devez répondre dans cette partie à la question "Qu'est ce que mon produit apportera à mon client ?"

Le Désir :

Vous devez provoquer l'envie d'achat du client. Mettez-le en scène avec votre produit ou utilisant votre service. Le client doit avoir envie du produit. Vous devez donc montrer une photo ou une description de votre produit sous son meilleur angle, afin que le client veuille acheter le produit. Le désir est là pour pousser le client à acheter, contrairement à l'intérêt où l'objectif est d'expliquer le produit au client.

L'Action :

Vous devez ici montrer au client comment obtenir le produit, soit par exemple en indiquant l'adresse de votre lieu de vente, soit en indiquant par exemple un site internet ou un numéro de téléphone par lequel le client peut commander. Cette étape est l'étape finale d'achat, l'acte que le client fait pour rentrer en contact avec votre entreprise.

Important
Vous devez énoncer ces actions de manière à ce que le client voit chaque étape dans l'ordre prévu. Par exemple en écrivant le tout à la suite de haut en bas, ou du plus en valeur vers le moins en valeur.

Source : REUSSIR-fr.com

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

DOCUMENT 2

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel Réseau CERTA

Support

5 conseils pour un prospectus efficace



Peu onéreux et facile à concevoir. Les vertus du prospectus, qu'il soit distribué dans les boîtes aux lettres ou remis de la main à la main, sont nombreuses. À condition de ne pas négliger quelques principes de base.

Par Jean-Noël Caussil

1 Un message ou deux, pas plus

La règle numéro un : ne pas trop en dire. *« Un prospectus avec trop de texte part directement à la poubelle »*, souligne Arielle Bagdassarian, gérante de l'agence de communication Terracom. Qu'ils soient distribués dans les boîtes aux lettres ou directement à la main, le résultat est le même : tout se joue en un seul coup d'œil. Raisonnez donc en termes de slogan pour définir votre message. *« Privilégiez l'efficacité : pas de phrase, juste quelques mots, éventuellement développés en points »*, explique-t-elle En général, il ne faut pas aller au-delà de deux accroches. Un prospectus se conçoit comme un produit d'appel : il faut mettre en avant un prix, un article ou un événement, comme une journée portes ouvertes. *« Il s'agit de faire venir des clients dans votre boutique pour une raison précise*, précise Arielle Bagdassarian. *À charge pour vous, ensuite, de faire votre travail de vendeur et de les amener à découvrir et acheter d'autres articles. »*

N'OUBLIEZ PAS LES MENTIONS LÉGALES

Tout prospectus doit obligatoirement comporter les mentions suivantes :

- "Ne pas jeter sur la voie publique" ;
- Le numéro Siret du commerçant.

2 Travaillez la forme

Une bonne image vaut mieux qu'un long discours. Le visuel suscite l'imagination et implique davantage le client. C'est la première étape vers l'appropriation du produit. L'image peut d'accrocher le regard pour permettre ensuite au texte d'être vu et lu. Ainsi, si une règle bien établie voudrait que, pour une visibilité optimale, le texte soit placé en haut et à gauche de l'imprimé, ce n'est pas toujours le cas. Il convient surtout de suivre la dynamique de lecture induite par le visuel.

3 Utilisez le langage des couleurs

« Il n'y a pas de couleurs interdites », témoigne Arielle Bagdassarian. Le jaune fluo, par exemple, s'il est certes un peu voyant et criard, peut être utilisé s'il reflète fidèlement l'ambiance régnant dans le magasin, par exemple "branchée" ou à destination des plus jeunes. En revanche, l'image véhiculée par un opticien commande d'utiliser davantage de tons neutres. Pour Zen et Tifs, par exemple, commerce nouvellement créé dans le secteur de la coiffure à domicile et des massages, il s'agissait, au moment de plancher sur le prospectus, de mettre en avant une atmosphère zen. D'où les tons gris bleu utilisés. *« L'important est de ne pas tromper le prospect et de ne lui suggérer que l'exacte vérité »*, conseille Arielle Bagdassarian.

4 Privilégiez les petits formats

Recto ou recto/verso, peu importe, mais privilégiez les petits formats. Le plus courant, le A5, correspond à un demi A4 : plus pratique pour la prise en main, et pour le rangement aussi, si votre offre est susceptible de les intéresser. *« Ne négligez pas non plus la qualité du papier »*, conseille Arielle Bagdassarian. Veillez à utiliser un grammage suffisant, entre 80 et 130 grammes. Ce petit bout de papier doit en effet inspirer le sérieux et refléter votre professionnalisme.

5 Proposez de la valeur ajoutée

Si vous le pouvez, insérez dans votre prospectus une invitation ou un bon de réduction, une offre de remise sur présentation du coupon, etc. Tout ce qui peut inciter à conserver le prospectus est bon à prendre. C'est en plus un excellent moyen de mesurer l'impact de votre distribution. Enfin, pas de panique : sachez qu'il y a une très forte déperdition, et qu'un taux de retour de 3 % sera déjà excellent. Pour 10000 imprimés, comptez environ 350 €. Une somme souvent doublée si vous faites appel à une agence de communication. ■

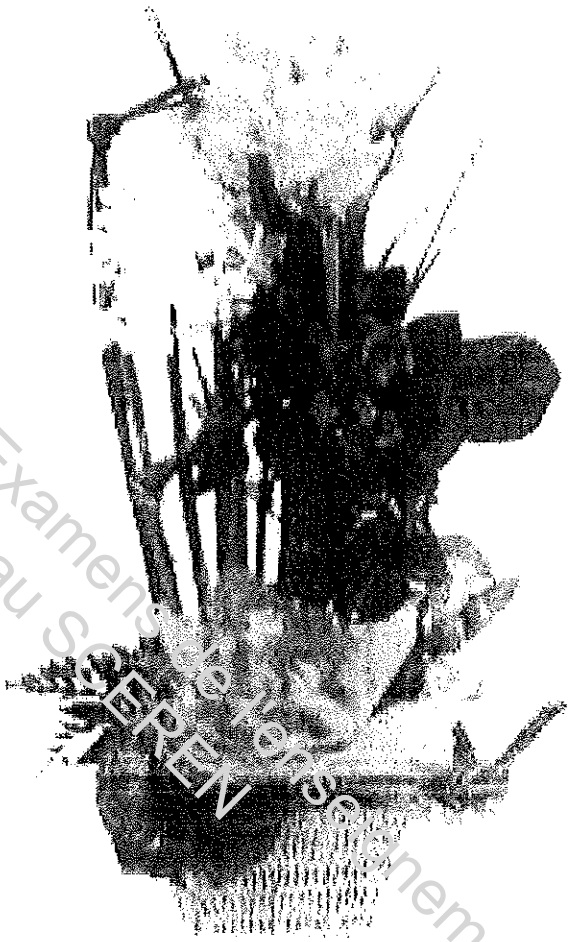
Source : Commerce magazine (avril 2007)

DOCUMENT 3

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Reine de Cœur

Très dynamique ce piquage printanier composé de roses jaunes, hypéricum, fleuron de cymbidium et alstroemeria a un look tendance. Le travail de feuillage apporte à l'ensemble un bel effet harmonieux
Vendu au prix de 25 €.



DOCUMENT 4

Pour un centre de table :

Végétaux :

- 20 roses crème « Vendella »	0,40 € HT la tige
- 2 asparagus miriocladus	0,48 € HT pièce
- 2 feuilles d'aspidistras	0,30 € HT pièce
- 1 branche de saule tortuosa	1,50 € HT
- Lychen	2 € HT

Accessoires :

8 œufs de Pâques	0,50 € HT la boule
3 branches de chatons	1,03 € HT pièce
½ bloc de mousse hydrophile	0,40 € HT le bloc
Mousse boule	1,50 € HT
Cailloux décoratifs	0,30 € HT pièce
Accessoires divers	2 € HT
Vase en plastique transparent	5 € HT

Informations complémentaires :

- Forfait Livraison / mise en place :	20 € TTC
- Coefficient multiplicateur :	3,5 sur les végétaux et 2,5 hors végétaux
- Coût de la main d'œuvre avec les charges :	17 € de l'heure

Temps de réalisation : 45 minutes

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

DOCUMENT 5

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Circulaire de 2005 concernant la TVA sur les produits horticoles

Produits soumis au taux réduit

Le taux réduit de 5,50 % s'applique aux produits de l'horticulture qui n'ont subi aucune transformation :

- **les fleurs fraîches coupées ou séchées,**
- **les plantes vivantes,**
- **les plants horticoles, maraîchers et fruitiers,**
- **le gazon en plaques.**

Ces produits peuvent être vendus en bouquet, sur un support ou dans un contenant à condition que :

- **n'intervienne aucune manipulation des éléments de décoration autres que les éléments végétaux naturels,**
- **le contenant soit exclusivement destiné à en assurer le transport, la protection ou la conservation.**

Le taux réduit s'applique, même si le produit est renforcé d'un nœud ou d'un ruban, ou enveloppé de papier ou de cellophane, ou placé dans un emballage.

Important

Le taux réduit s'applique à l'ensemble du produit lorsque le prix d'achat hors taxe des éléments autres que les végétaux naturels n'excède pas 25 % du prix d'achat hors taxe de ces derniers.
Dans le cas contraire, le taux réduit ne s'applique qu'aux seuls produits de l'horticulture.

Produits soumis au taux normal

Le taux normal de 19,6 % s'applique aux compositions florales, c'est-à-dire aux assemblages ne respectant pas les conditions ci-dessus : parures et colliers, guirlandes, décoration de lieux de cérémonies, jardins paysagers, ainsi qu'aux produits réalisés sur un support dont la forme ne se justifie pas par les nécessités du conditionnement : cœur, croix, couronne, dessus de cercueil.
Le taux normal s'applique également aux fleurs ou plantes naturelles ayant fait l'objet d'un traitement particulier (colorées, teintées, stabilisées, lyophilisées ou givrées), ainsi qu'aux plantes artificielles.
Entrée en vigueur
Ces règles sont valables dès maintenant et s'appliquent aux litiges en cours.

ANNEXE 1

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

ANNEXE 2

Méthode	Correspondance	Arguments
S	S...	
O	O...	
N	N...	
C	C...	
A	A...	
S	S...	

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

ANNEXE 3

Composition

Couleurs

Prix

Forme

Vente additionnelle

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

ANNEXE 4

OBJECTION	REPONSE A L'OBJECTION

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

ANNEXE 5

Désignation	Coût d'achat unitaire HT	Qté	Coût d'achat total HT	Coefficient multiplicateur*	Prix de vente TTC
Sous total végétaux					
Sous total hors végétaux					
PRIX DE VENTE TTC de l'arrangement floral :					
Dont TVA à taux réduit (5,5 %) :					
Dont TVA à taux normal (19,6 %) :					

*Les autres charges de l'entreprise sont incorporées dans le coefficient multiplicateur.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

ANNEXE 6

Marge commerciale :

Formule :

Calcul :

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

ANNEXE 7

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

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.