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

DANS CE CADRE

Académie : Session :

Examen : Série :

Spécialité/option : Repère de l'épreuve :

Epreuve/sous épreuve :

NOM :

(en majuscule, suivi s'il y a lieu, du nom d'épouse)

Prénoms :

Né(e) le :

N° du candidat

(le numéro est celui qui figure sur la convocation ou liste d'appel)

NE RIEN ÉCRIRE

Appréciation du correcteur

Note :

Il est interdit aux candidats de signer leur composition ou d'y mettre un signe quelconque pouvant indiquer sa provenance.

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

BREVET PROFESSIONNEL FLEURISTE

E32 TECHNIQUES COMMERCIALES

SUJET

DUREE : 2 H COEFF : 2

Vous répondrez directement sur le sujet en prenant soin de remplir l'en-tête.

Il est interdit de dégrafer les pages, de demander un nouvel exemplaire du sujet en cas d'erreur de votre part.

Il vous est demandé de vérifier que le sujet est complet dès sa mise à votre disposition.

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Situation professionnelle :

Monsieur Amel, fleuriste traditionnel, rencontre depuis quelques années des difficultés économiques. Dynamique et motivé, il s'intéresse à diverses animations lui permettant de développer son activité en augmentant sa notoriété par des actions commerciales reconnues. En qualité d'apprenti(e), vous l'aidez dans ses démarches.

Fiche signalétique de la boutique

Enseigne : **Couleurs florales**

Activité : fleuristerie traditionnelle, abonnements, décors, mariage, deuil et transmissions florales.

Situation : 15, rue Poincaré 59240 Dunkerque.

Tél : 03 28 20 31 62.

Fax : 03 28 20 31 63.

Site : www.couleursflorales.fr

Effectif : trois personnes dont un gérant, un salarié (à temps complet) et un(e) apprenti(e).

Horaires d'ouverture :

9 h 00 - 12 h 30 et 14 h 30 – 19 h 30 : du mardi au jeudi,

9 h 00 – 20 h 00 : vendredi et samedi,

9 h 00 – 12 h 30 : dimanche,

Fermé le lundi.

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 1 : la fleuristerie sous enseigne

À partir de vos connaissances et du **document 1** «La fleur sous enseigne s'épanouit», répondre aux questions 1.1 et 1.2.

1.1 Nommer la forme de commerce qui se développe actuellement et celle qui, au contraire, a tendance à disparaître.

- Développement actuel :

- Tendance à disparaitre :

1.2 Donner deux avantages et deux inconvénients, pour le fleuriste, à ouvrir un commerce sous enseigne.

	Commerce sous enseigne	
	Avantages	Inconvénients
Fleuriste	- -	- -

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 2 : l'étude de la clientèle

À partir de vos connaissances et du **document 2** «Les achats de végétaux d'intérieur», répondre aux questions suivantes :

2.1 Dresser le profil du client d'un fleuriste en donnant une caractéristique par critères d'achat.

	Critères d'achat	**Caractéristiques du client type**
Habitudes d'achat	Calendrier	
	Lieux	
	Destination	
	Type de plantes fleuries	
	Prix moyen d'un végétal d'intérieur	

2.2 Retrouver le principal mobile d'achat du client.

2.3 De quel type de motivation s'agit-il ? Expliquer.

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

2.4 Nommer les quatre plantes fleuries les plus demandées et les classer, dans le tableau ci-dessous, dans l'ordre décroissant des ventes en volume constaté en 2014 (colonne 1).

2.4.1 Reporter les résultats 2013 en volume et en valeur (colonne 2).
2.4.2 Prendre connaissance des résultats 2014 (colonne 3).
2.4.3 Calculer l'évolution 2013 / 2014 (colonne 4) et analyser les conséquences sur l'évolution des prix de vente affichés en magasin (colonne 5).

colonne 1	colonne 2		colonne 3		colonne 4		colonne 5
Famille de fleurs	% Ventes 2013		% Ventes 2014		Evolution 2013/2014		Conséquences sur les prix de vente
	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	
			16,5	32			
			14	7			
			8,1	6,2			
			6	7			

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 3 : les conditions de distribution

Votre employeur s'interroge sur l'intérêt de vendre ses produits et services en ligne.

3.1 À partir de vos connaissances, distinguer les deux principales raisons d'achat du client en magasin et sur internet. Déduire la méthode de vente.

	Lieux d'achat	
	En boutique traditionnelle	Sur internet
Raisons d'achat du client	- - -	- - -
Méthode de vente du fleuriste	-	-

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Sachant que votre client peut acheter en ligne, vous devez maintenant réfléchir aux étapes de la fixation des prix.
Fort(e) de votre expérience, vous constatez que votre employeur élargit progressivement son offre de végétaux à petits prix, sur lesquels la TVA est de 10 %.

À titre d'exemple :

- une fleur unique est vendue à 5,90 € et son coefficient multiplicateur est de 2,5
- un bouquet d'une seule espèce à 14,90 € dégage, après achat à son fournisseur hollandais, une marge commerciale de 5,50 €.

Vous remarquez également que la demande des clients en recherche de créations originales de tailles réduites, est grandissante.
C'est le cas de la composition « piquée de roses » affichée en boutique à 17 € et génératrice de marge grâce à des prix d'achat bas (**document 3**).

3.2 Réaliser les calculs de prix en détaillant chaque réponse tout en adaptant le taux de TVA au produit

	Prix Vente TTC	Prix d'achat HT	Coefficient Multiplicateur	Prix de vente HT	Marge Commerciale HT
Fleur Unique					
Bouquet d'une seule espèce					
Piquée de roses					

Résultats à deux chiffres après la virgule.

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 4 : l'animation du point de vente

Pour l'exposition « La Ville aux orchidées » (**document 4**), vous tenez un stand sur lequel vous exposez des orchidées dont les couleurs et tailles sont différentes.
Votre choix est large sur les petits contenants, très tendance actuellement.

4.1 Donner quatre raisons qui expliquent l'évolution de l'assortiment des mini-produits dans votre boutique (**document 5**).

-

-

-

-

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Votre employeur vous demande d'orienter les ventes sur cette petite orchidée blanche en pot, végétal dont le stock est important (**document 6**).
Vous vous adressez à une cliente qui manifeste deux mobiles d'achat repérés au cours de votre recherche des besoins .

4.2 Pour ce végétal, rédiger un argumentaire de vente comprenant deux arguments adaptés à chaque mobile.

Arrangement à maîtriser : l'orchidée en pot	Mobile d'achat (SONCAS)	Arguments de vente	
		caractéristiques du végétal	avantages pour le client
	sécurité	- -	- -
	confort	- -	- -

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Document 1

Le secteur qui monte : avec des concepts marketing bien ficelés, une notoriété nationale et une logistique simplifiée pour leurs adhérents, les réseaux de fleuristes offrent de réels atouts aux candidats à la franchise.

La fleur sous enseigne s'épanouit …

La fleur sous enseigne a du potentiel. La France compte quelque 14 000 fleuristes, dont environ 5 % en franchise, selon l'Agence Pour la Création d'Entreprise (APCE). Les enseignes en réseau progressent en nombre et attirent les candidats. *« Nous sommes de plus en plus sollicités pour la reprise de fleuristes traditionnels de centre ville* », indique Patrick Deronne, directeur du développement du Groupe Monceau Fleurs. Il faut dire que les réseaux bénéficient d'un positionnement clair avec des concepts étudiés pour coller aux attentes du client, une identité forte grâce à une communication nationale et une offre de produits attractifs et régulièrement renouvelée.

Par ailleurs, leurs centrales d'achat intégrées évitent aux commerçants de se déplacer sur les marchés de gros à l'aube pour s'approvisionner. *« Nos adhérents passent commande via l'intranet du réseau et sont livrés deux à trois fois par semaine »*, souligne Patrick Deronne. Reste que le marché en franchise est très concentré : le groupe Monceau Fleurs détient 80 % de parts grâce à ses trois enseignes : Monceau Fleurs (200 unités), Rapid' Flor (210 magasins), et Happy (80). Chaque concept est spécifique : Monceau Fleurs cible le centre des villes de plus de 25 000 habitants (avec 100 à 150 m² de surface), Rapid' Flor s'étend sur 80 à 120 m² et vise des grands axes de communication de plus de 8 000 habitants, tandis que Happy s'adresse aux centres commerciaux et cœurs de ville, sur environ 80 m². En face l'enseigne challenger est Le Jardin des fleurs avec 72 magasins, suivi d'Au nom de la rose avec 58 boutiques dont 22 succursales.

Malgré la conjoncture économique, les franchiseurs prévoient de se développer. Le groupe Monceau Fleurs anticipe ainsi une trentaine d'ouvertures à la fin de l'année, et jusqu'à 70 en incluant les reprises. Parallèlement, il rénove l'identité visuelle de ses magasins Happy. Au nom de la rose, pour sa part, prévoit six nouvelles franchises dans l'année ».

Devenir franchisé du secteur :

- être entrepreneur apte au management et à la gestion, avec ou sans expérience du secteur,
- investir entre 74 000 et 220 000 euros,
- payer un droit d'entrée entre 12 000 et 17 000 euros, et une redevance annuelle entre 3 à 6 % du CA HT plus entre 1 à 2 % pour la communication.

Commerce Magazine n°127 mars 2013

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Document 2

ACHATS DE VÉGÉTAUX D'INTÉRIEUR

Les chiffres 2014

FranceAgrimer a publié les résultats de son étude Végétaux d'ornement – Achat des Français en 2014 réalisée par TNS Sofres sur un échantillon représentatif de 7 000 ménages. En raison d'un changement de méthodologie du panel en 2011, aucune comparaison historique n'est donnée. Cependant, l'étude confirme que la boutique du fleuriste reste le lieu d'achat privilégié des consommateurs pour les achats de végétaux d'intérieur.

Calendrier d'achat

Mois	Volume (%)	Valeur (%)
Janvier	9,0	8,2
Février	8,9	9,0
Mars	7,7	7,2
Avril	9,1	8,3
Mai	11,8	12,5
Juin	6,9	7,3
Juillet	5,7	6,9
Août	5,2	6,1
Septembre	6,1	6,6
Octobre	8,3	7,3
Novembre	7,8	7,0
Décembre	13,4	13,7

Les lieux d'achat

Circuit	Volumes en %	Sommes dépensées en %
Fleuriste	36	52,3
GMS	23	14,1
Jardinerie spécialisée	14,1	12,9
Marché ou foire	11	7,3
Sur l'exploitation	4,8	4,2
Coopérative agricole/UISA	2,9	2,2
Jardinerie d'hypermarché	2,7	2,1
Magasin de bricolage/décoration	1,5	1,2
E-fleuriste	0,7	1,7
VPC	0,4	0,5
Autres lieux d'achat	2,1	1,7

Les fleuristes demeurent le lieu d'achat privilégié pour les végétaux d'intérieur avec près de quatre achats sur dix et plus de la moitié des sommes dépensées.

¾ environ des présentations florales (bouquets ronds et compositions) sont achetées chez les fleuristes : 72,9% en volume et 74,9% en valeur.
Très loin devant les GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) avec 6,8% en volume et 9,5% en valeur. Une vraie reconnaissance du savoir-faire artisanal.
Neuf fois sur dix, elles ont vocation à être offertes et dans 76% des cas à une personne hors du foyer, soit 76%.
1,5 milliard d'€uros. C'est le montant dépensé par les Français en végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir (hors deuil et cimentière) en 2014.

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

En quantité, ils ont acheté un peu plus de 128 millions d'unités.

Document 2, suite

Sondage exclusif : interviews réalisées les 12 et 13 avril 2014 par téléphone.
Échantillon de 1010 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La destination des achats

Destination	Volume en %	Valeur en %
Pour soi-même	41,4	26,8
Pour offrir	59	73
Dont		
- à une personne du foyer	12,8	15,4
- à une personne hors du foyer	45,9	57,8

Prix moyen d'achat (unitaire)

Produit	Prix en €
Fleur unique	5,79
Bouquet de fleurs d'une seule espèce	14,89
Bouquet de fleurs de plusieurs espèces	21,11
Botte préparée de fleurs d'une seule espèce	7,91
Botte préparée de fleurs de plusieurs espèces	13,63
Bouquet rond	24,18
Compositions florales	37,31
Plante fleurie en pot	9,99
Plante verte en pot	10,62

18,3% des plantes fleuries en pot achetées depuis 2014 sont des orchidées.
Cette prédominance est encore plus forte en valeur, puisque ces belles plantes représentent 31,7 % des sommes dépensées en plantes fleuries l'année dernière en France.
En deuxième position, nous trouvons la jacinthe avec 13,1% du nombre de pots achetés et 7,6% des sommes dépensées.
La troisième place est occupée par le cyclamen avec 8,1% du nombre de pots achetés mais quatrième des sommes dépensées à 6,2 %.
L'azalée est quatrième à 6,1% du nombre de pots achetés, mais troisième des sommes dépensées à 7,3 %.

Extrait de *Informations Fleuristes* septembre 2014

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel | Canopé

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Document 3



Réalisée par Emilie Gesland, boutique «Feuille à fleurs»
à Trouville-sur-mer (Calvados).

Prix de vente en magasin : 17 €.

Végétaux : 3 roses 'Espérance' (2,50 € HT le lot de 3).

Feuillage : asparagus, lierre et bambou persicaria (1,33 € HT).

Accessoires : fil de laiton rose fuchsia et mousse florale (0,5 € HT).

Contenant : base de zinc laqué (1,33 € HT).

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Document 4





Dans ce monde vaste, coloré et fascinant des orchidées cette exposition vous invite à admirer des orchidées les plus diverses. Dans un environnement spécialement recréé pour la circonstance au sein des Salons de l'Hôtel de Ville, vous pourrez admirer cette fleur d'exception qu'est l'orchidée.

Pour l'occasion, pas moins de 400 papillons en liberté volèteront autour des visiteurs, offrant à tous un spectacle tout à fait original.

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Document 5

Une nouvelle clientèle

Le statut d'achat d'impulsion des mini-produits peut permettre au fleuriste de recruter une nouvelle clientèle, au budget serré des jeunes, notamment et de voir le consommateur renouer avec l'achat pour soi !

Autre intérêt de cette offre, il s'agit d'un travail vite réalisé, et qui permet de se positionner sur le marché du cadeau « déco ». « *Ces produits sont idéaux pour constituer une petite attention* », indique Laurent Marquefabes, fleuriste à Béziers (Hérault). En plus, le destinataire reçoit un objet qu'il peut conserver, le contenant. Ces petits produits sont parmi les articles phares de Laurent Marquefabes : une grosse fleur, de type pivoine ou fleuron d'hortensia, par exemple, placée dans un petit vase en verre orné de graviers aux couleurs de la fleur, qu'il emballe dans un sac rigide cartonné. Le fleuriste ajoute du service à ce produit pourtant très abordable : « *toutes les semaines, des clients viennent renouveler la fleur, à raison d'une somme modeste, de 3 à 5 €. Cela permet la fidélisation de cette clientèle, qui, de plus, achète souvent autre chose lors de sa venue. Pour nous, les petits achats c'est un ''plus''* ». Autre atout des petites compositions, elles permettent de limiter la perte : « *une tige qui casse, ne va pas à la poubelle, on peut utiliser la fleur dans un petit vase ou la piquer dans la mousse* », indique Laurent.

Construire son offre

Autres avantages des demi-compositions, leur faible encombrement chez le consommateur quand il vit en ville dans un petit appartement, de même que dans le magasin. Le fleuriste peut ainsi proposer à sa clientèle un large choix.

Pour bénéficier de l'effet petit prix tout en restant au goût du jour, il s'agit de bien construire son offre et de présenter les produits de manière à leur apporter toute la visibilité nécessaire. Le fleuriste peut compter sur la proposition de contenants des fournisseurs qui s'accroit de collections en collections. « *Nous offrons toujours plus de nouveautés à nos fleuristes pour élargir leurs choix* », assure Jean Marie Planchenault. De nombreuses tendances cohabitent pour laisser à la clientèle une possibilité de personnalisation de son intérieur… ou de son jardin. Les contenants en zinc se renouvellent avec des modèles laqués, mais aussi des produits vintage parfois marqués d'impression rétro. *(Informations Fleuristes Sept 2012)*

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE

Document 6



Orchidée : hauteur : 20 cm - 1 branche en arceau –
Pot : décoratif - Prix de la composition avec pot : 15 €

Pour arroser correctement votre orchidée, il faut :

- laisser le pot dans une bassine d'eau de pluie durant 20 minutes.
- faire attention de ne jamais arroser le coeur de l'orchidée, cela pourrait la faire pourrir.
- ajouter quelques gouttes de jus de citron dans l'eau, les phalaenopsis adorent l'acidité et en plus ça permet de réduire les effets du calcaire.

La fréquence de l'arrosage est un point difficile à établir. Votre orchidée a besoin d'humidité certes, mais sachez qu'il est plus facile de faire dépérir une orchidée par excès d'arrosage que par sécheresse.

Les orchidées n'aiment pas le calcaire, il est donc préférable de leur donner de l'eau de pluie qui doit être à température ambiante. En effet, un écart de température trop important entre votre orchidée et l'eau d'arrosage pourrait lui nuire. Vous pouvez ajouter du fertilisant mais très peu car une trop grosse quantité d'engrais pourrait détruire les racines.

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

NE RIEN ECRIRE DANS CETTE PARTIE



La première photo montre un pot ayant beaucoup de racines, arroser cette orchidée tous les 8 jours lorsqu'elle est en fleur. Plus il y a de racines dans le pot moins il y a de copeaux de bois et par conséquent moins l'humidité est retenue dans le pot et plus il faudra arroser votre orchidée.
Sur la deuxième photo on ne voit même pas les racines, arroser donc moins souvent (environ tous les 15 jours).

Lorsque les racines sont vertes c'est que votre orchidée a assez d'eau. Quand les racines commencent à devenir 'gris vert' alors il est temps d'arroser.

Les phalaenopsis se plaisent beaucoup en petit contenant. Garder le plus tard possible les contenants transparents dans lesquels la plupart des orchidées sont vendues. Ces contenants permettent de voir s'il reste de l'humidité dans le pot mais également la proportion de racines de votre orchidée.

Extrait du site *orchidées.fr*

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

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.