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

E32 Techniques commerciales

Session 2017 • Code sujet : **E32** • Durée : **2 h 00** • Coefficient : **2**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Calculs commerciaux du bottelage de roses (5 questions) **Page 3**

2. Argumentation commerciale et traitement des objections (4 questions) **Page 7**

3. Zone de chalandise et développement de la clientèle (7 questions) **Page 11**

4. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 15**

Sujet officiel (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2017/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. Calculs commerciaux du bottelage de roses

Le fleuriste prépare le lancement d'un bottelage de roses pour la journée de la femme du 8 mars 2017. Le sujet demande d'établir son prix d'achat HT, son prix de vente TTC et le montant de TVA à partir des composants, des taux applicables et du coefficient multiplicateur.

Prix d'achat HT

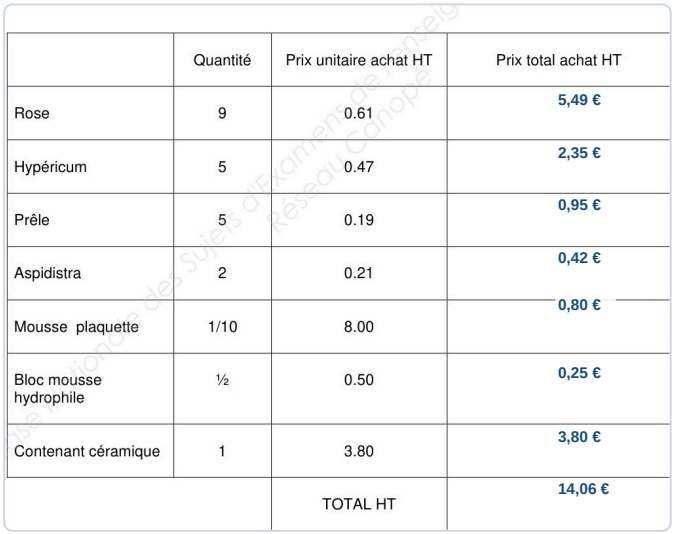
Question 1-1. Compléter le tableau de l'annexe 1 en calculant le prix total d'achat HT de chaque composant, puis le total HT du bottelage.

Pour chaque élément, le coût total d'achat HT est la quantité multipliée par le prix unitaire HT. Les fractions de mousse correspondent à une fraction du prix unitaire. L'addition des sept coûts donne le coût d'achat total du bottelage.

Composant	Calcul	Total achat HT
Rose	9 × 0,61 €	5,49 €
Hypéricum	5 × 0,47 €	2,35 €
Prêle	5 × 0,19 €	0,95 €
Aspidistra	2 × 0,21 €	0,42 €
Mousse plaquette	1/10 × 8,00 €	0,80 €
Bloc mousse hydrophile	1/2 × 0,50 €	0,25 €
Contenant céramique	1 × 3,80 €	3,80 €
Total HT		**14,06 €**

Le coût d'achat total à retenir pour le calcul du prix de vente est de 14,06 € HT.

Annexe 1 complétée



	Quantité	Prix unitaire achat HT	Prix total achat HT
Rose	9	0.61	5,49 €
Hypéricum	5	0.47	2,35 €
Prêle	5	0.19	0,95 €
Aspidistra	2	0.21	0,42 €
Mousse plaquette	1/10	8.00	0,80 €
Bloc mousse hydrophile	½	0.50	0,25 €
Contenant céramique	1	3.80	3,80 €
		TOTAL HT	14,06 €

Reproduction des Sujets d'Examens de manière Réseau Canopé

✓ RÉPONSE À RETENIR

Total achat du bottelage : 14,06 € HT.

Prix de vente TTC

Question 1-2. Calculer le prix de vente TTC en détaillant les calculs et en appliquant le coefficient multiplicateur de 2,5. L'annexe indique un arrondi à l'entier inférieur dans son intitulé, mais mentionne aussi un arrondi au centième sur la ligne de résultat.

Le coefficient multiplicateur s'applique au coût d'achat HT : 14,06 € × 2,5 = 35,15 €. L'annexe comporte deux indications d'arrondi contradictoires : l'intitulé demande l'entier inférieur et la ligne de résultat indique le centième. En suivant la consigne d'arrondi de l'intitulé, le prix de vente retenu est 35 € TTC. Le calcul non arrondi reste 35,15 €.

Annexe 2 complétée

Annexe 2 : Calcul du prix de vente TTC sachant que le coefficient multiplicateur est de 2.5 :
(Résultat à arrondir à l'entier inférieur)

Détails du calcul : ……
14,06 × 2,5 = 35,15 €
……
……
……

Résultat (arrondi au centième) : ……
Prix retenu : 35 € TTC
……

Centre de renseignement professionnel Canopé

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prix de vente après arrondi à l'entier inférieur : 35 € TTC.

Taux de TVA

Question 1-3. Indiquer les différents taux de TVA appliqués dans un magasin de fleurs et donner les conditions d'application de chacun.

Les deux taux attendus dans le contexte de l'exercice sont 10 % et 20 %. Le taux dépend de la présentation du produit vendu :

- **10 % :** fleurs coupées et plantes naturelles vendues seules, sans composition.
- **20 % :** bouquets et compositions florales confectionnés, fleurs artificielles et articles accessoires.

Une composition réalisée par le fleuriste relève donc du taux normal, contrairement aux fleurs naturelles vendues sans assemblage.

Annexe 3 complétée

Annexe 3 : Les différents taux de TVA appliqués dans un magasin de fleurs sont :

* ……
* ……

10 % : fleurs coupées et plantes naturelles vendues seules

Donner les conditions d'application pour chaque taux :

20 % : bouquets, compositions, fleurs artificielles et accessoires

* ……
……

* ……

10 % : produits naturels vendus seuls

……

20 % : compositions et produits accessoires

✓ RÉPONSE À RETENIR

10 % : fleurs et plantes naturelles vendues seules. 20 % : compositions florales, fleurs artificielles et accessoires.

TVA du bottelage

Question 1-4. Indiquer le taux de TVA à appliquer au bottelage de roses et justifier la réponse.

Le document 1 montre un assemblage de roses et de végétaux présenté dans un contenant : il s'agit d'un bottelage confectionné, et non de fleurs coupées vendues seules. Ce produit relève donc du taux normal applicable aux compositions florales. Le taux de TVA à retenir est celui de 20 %.

Annexe 4 complétée

Annexe 4 : Taux de TVA à appliquer sur le bottelage de roses :

Taux : 20 %
……

Justification :

……
Composition florale confectionnée, présentée dans un contenant
……
……
Taux normal de TVA
……
……

✓ RÉPONSE À RETENIR

Taux de TVA du bottelage : 20 %.

Montant de TVA

Question 1-5. Calculer le montant de TVA du prix du bottelage et détailler les calculs dans l'annexe 5.

Le prix TTC retenu à la question précédente est de 35 € et le taux applicable est de 20 %. Pour extraire la TVA d'un prix TTC, on applique la formule : TVA = TTC × taux ÷ (100 + taux). Le calcul est donc 35 × 20 ÷ 120 = 5,8333 €. Arrondi au centime, le montant de TVA inclus dans le prix est de 5,83 €.

Annexe 5 complétée

Annexe 5 : Calcul du montant de TVA du prix du bottelage :

Montant de la TVA : 5,83 €

Détail des calculs :

35 × 20 / 120 = 5,83 €

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Montant de TVA inclus : 5,83 €.

2. Argumentation commerciale et traitement des objections

Pour aider Marie à vendre le bottelage de roses, le candidat prépare un argumentaire adapté aux mobiles d'achat SONCAS. Il formule également des réponses argumentées aux objections concernant l'attrait du produit et son prix de 35 euros.

Méthode SONCAS

Question 2-1. Compléter le tableau de l'annexe 6 en nommant les différents mobiles d'achat correspondant aux lettres de SONCAS.

La méthode SONCAS classe les motivations d'achat en six mobiles. Chaque lettre correspond à une motivation précise : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent et sympathie. Le vendeur cherche à repérer les attentes exprimées par le client afin de mettre en avant les arguments les plus pertinents. Un client peut être sensible à plusieurs mobiles, mais l'un d'eux peut guider davantage sa décision.

Annexe 6 complétée

SONCAS	
S	Sécurité
O	Orgueil
N	Nouveauté
C	Confort
A	Argent
S	Sympathie

Réseau Canopé

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les six mobiles : S Sécurité ; O Orgueil ; N Nouveauté ; C Confort ; A Argent ; S Sympathie.

Connaissance des mobiles d'achat

Question 2-2. Rédiger la raison principale pour laquelle il est important de connaître les mobiles d'achat du client.

Connaître les mobiles d'achat permet de comprendre ce qui motive le client et ce qu'il attend du produit. Le vendeur peut alors adapter son argumentaire, sélectionner les caractéristiques qui répondent à ses attentes et présenter les avantages qui comptent pour lui. Cette écoute personnalisée aide à lever ses hésitations et à faciliter sa décision d'achat.

Réponse annexe 7

Adapter l’argumentaire aux attentes du client pour mieux le convaincre et faciliter sa décision d’achat.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Adapter l’argumentaire aux attentes du client pour mieux le convaincre et faciliter sa décision d’achat.

Arguments de vente

Question 2-3. Rédiger un argument de vente pour chacun des mobiles d’achat, en renseignant les caractéristiques du bottelage et les avantages correspondants pour le client dans le tableau de l’annexe 8.

Un argument de vente relie une caractéristique réelle du bottelage à un avantage pour le client. Sa composition comprend neuf roses, de l’hypéricum, de la prêle, de l’aspidistra et un contenant en céramique. Voici des propositions adaptées aux six mobiles : le vendeur retient celles qui correspondent à la motivation exprimée par le client.

Mobile	Caractéristique	Avantage pour le client
Sécurité	Composition florale réalisée par un fleuriste.	Un cadeau préparé avec soin par un professionnel.
Orgueil	Neuf roses présentées dans un contenant en céramique.	Un présent élégant pour marquer l’occasion.
Nouveauté	Association de roses, d’hypéricum et de feuillages.	Une composition originale, différente d’un simple bouquet de roses.
Confort	Fleurs présentées dans leur contenant.	Un cadeau prêt à offrir, sans vase à prévoir.
Argent	Prix annoncé : 35 €.	Le prix est connu à l’avance pour maîtriser son budget.
Sympathie	Bottelage proposé pour la journée de la femme.	Une attention florale pour témoigner son affection ou sa reconnaissance.

Ces formulations valorisent le produit sans supposer que tous les clients ont les mêmes goûts.

Annexe 8 complétée

SONCAS	Arguments de vente rédigés	
	Caractéristiques	Avantages
S	Composition florale réalisée par un fleuriste	Cadeau préparé avec soin par un professionnel
O	9 roses, contenant en céramique	Présent élégant pour marquer l'occasion
N	Roses, hypéricum et feuillages	Composition originale, différente d'un bouquet simple
C	Fleurs dans leur contenant	Prêt à offrir, sans vase à prévoir
A	Prix annoncé : 35 €	Budget connu à l'avance
S	Offre pour la journée de la femme	Attention pour témoigner affection ou reconnaissance

✓ RÉPONSE À RETENIR

Adapter l'argument aux mobiles SONCAS en valorisant la composition, le contenant, le prix ou l'occasion selon le client.

Traitement des objections

Question 2-4. Formuler des réponses construites et argumentées aux deux objections de Marie : « Vous êtes sûr que cela va plaire aux femmes ? » et « 35 €, n'est-ce pas un peu cher ? ».

Accueillir chaque objection avec écoute, puis répondre sans promettre que le produit plaira à toutes. S'appuyer sur la composition et l'occasion pour présenter le bottelage, puis vérifier les goûts de la destinataire et le budget du client.

1. **« Vous êtes sûr que cela va plaire aux femmes ? »** « Je comprends votre hésitation. Ce bottelage a été imaginé pour la journée de la femme : il associe neuf roses à de l'hypéricum et des feuillages, dans un contenant en céramique. C'est une attention florale soignée. Si vous connaissez ses goûts, vérifions ensemble que ce style lui correspond. »
2. **« 35 €, n'est-ce pas un peu cher ? »** « Je comprends. Les 35 € comprennent neuf roses, les végétaux d'accompagnement et le contenant en céramique : vous offrez une composition complète, prête à offrir. Souhaitez-vous vérifier si elle correspond à votre budget ? »

Réponses aux objections, annexe 9

Objection 1 : « Vous êtes sûr que cela va plaire aux femmes ? »
Réponse 1 :

Je comprends votre hésitation. Pour la journée de la femme, ce bottelage associe 9 roses, de l'hypéricum et des feuillages dans un contenant en céramique. C'est une attention florale soignée. Vérifions que ce style correspond à ses goûts.

Objection 2 : « 35€, n'est-ce pas un peu cher ? »
Réponse 2 :

Je comprends. Les 35 € comprennent 9 roses, les végétaux d'accompagnement et le contenant en céramique : c'est une composition complète, prête à offrir. Correspond-elle à votre budget ?

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Écouter les objections, valoriser la composition complète et vérifier qu'elle convient aux goûts de la destinataire et au budget.

3. Zone de chalandise et développement de la clientèle

Le candidat étudie la zone de chalandise du magasin Bol d'air à Seclin à partir d'un document explicatif et d'un plan de la commune. Il propose ensuite des actions adaptées pour promouvoir le bottelage, choisit des lieux de distribution de flyers et réalise une maquette recto-verso.

Zones de chalandise

Question 3-1. Nommer et définir les trois zones qui composent la zone de chalandise, en vous appuyant sur le document 2 et vos connaissances.

Les trois zones se définissent par leur éloignement du magasin et la fréquence de visite des clients :

- **Zone primaire** : secteur le plus proche, d'où provient la clientèle la plus nombreuse et la plus régulière.
- **Zone secondaire** : secteur intermédiaire, où les clients sont moins nombreux ou moins fréquents.
- **Zone tertiaire**, ou limitrophe : secteur le plus éloigné, d'où viennent des clients occasionnels, souvent attirés par une offre ou un déplacement particulier.

Leur étendue dépend notamment du type de commerce, des trajets et des pôles d'attraction.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Primaire : proche et fréquentée. Secondaire : intermédiaire. Tertiaire : éloignée et occasionnelle.

Méthodes de tracé

Question 3-2. Nommer deux méthodes permettant de tracer une zone de chalandise.

Deux méthodes courantes permettent de tracer la zone de chalandise :

1. **Courbes isométriques** : elles relient les points situés à une même distance du magasin.
2. **Courbes isochrones** : elles relient les points accessibles en un même temps de trajet, selon le mode de déplacement retenu.

Le tracé peut ensuite être ajusté pour tenir compte des routes, des obstacles et des pôles d'attraction.

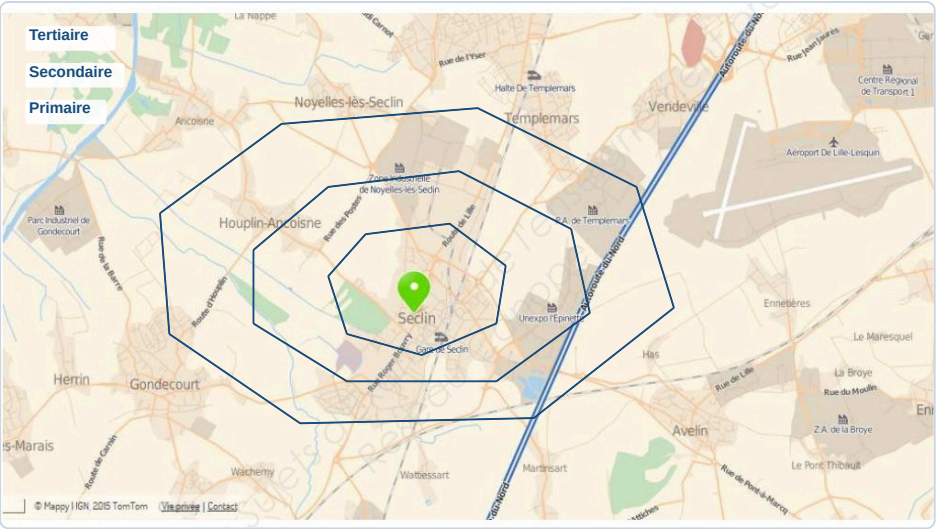
> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Courbes isométriques et courbes isochrones.

Représentation sur plan

Question 3-3. Tracer la zone de chalandise sur le document 3, le plan de Seclin.

Le magasin étant situé au centre de Seclin, près de la gare, tracer trois contours emboîtés autour de Seclin : le plus petit pour la zone primaire, puis les zones secondaire et tertiaire. Le plan ne fournit pas d'échelle permettant de fixer des distances exactes ; les contours représentent donc une délimitation indicative, à adapter aux trajets et aux pôles d'attraction.

Zones de chalandise autour de Seclin



✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Trois zones emboîtées, centrées sur Seclin et le magasin Bol d'air.

Intérêt de l'étude

Question 3-4. Citer quatre intérêts, pour le magasin, d'avoir identifié sa zone de chalandise.

Identifier la zone de chalandise permet au fleuriste de mieux orienter ses décisions commerciales :

- estimer le nombre de clients potentiels et la demande locale ;
- cibler la publicité et choisir les lieux de distribution des flyers ;
- adapter les produits et les services aux habitudes de la clientèle ;
- repérer la concurrence et évaluer l'attractivité de l'emplacement.

Pour Bol d'air, la proximité du centre-ville et de la gare est également à prendre en compte.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Estimer le marché, cibler la communication, adapter l'offre et évaluer la concurrence.

Actions de promotion

Question 4-1. À l'aide de vos connaissances et du document 4, lister trois actions adaptées au lancement du bottelage de roses dans le magasin de M. Dupont et justifier les choix dans ce contexte.

Pour le lancement du bottelage le 8 mars, privilégier des actions ciblées qui valorisent le produit sans reposer uniquement sur une baisse de prix :

1. **Offre liée à la Journée de la femme** : présenter le bottelage comme une attention fleurie à offrir.
2. **Distribution de flyers** : faire connaître l'offre aux habitants de la zone de chalandise.

3. **Animation devant ou dans la boutique** : attirer les passants et leur faire découvrir le produit.

Ces actions associent actualité, visibilité locale et mise en valeur des roses.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Offre spéciale du 8 mars, flyers ciblés et animation en boutique.

Distribution des flyers

Question 4-2. Citer deux lieux opportuns pour distribuer les flyers et justifier le choix de chacun.

Près de la gare de Seclin : le magasin se trouve à proximité et le passage des voyageurs peut donner de la visibilité aux flyers.
Dans les rues commerçantes du centre-ville : les habitants et les personnes venues faire leurs achats y circulent près de la boutique. Dans les deux cas, la distribution vise des personnes susceptibles de se rendre au magasin.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Près de la gare de Seclin et dans les rues commerçantes du centre-ville.

Création d'un flyer

Question 4-3. Réaliser, dans l'annexe 12, une maquette de flyer pour promouvoir le bottelage de roses à l'occasion de la journée de la femme.

Au recto, mettre en évidence la Journée de la femme, la date, le bottelage de roses et son prix. Au verso, indiquer l'adresse, le téléphone, les horaires et le courriel du magasin pour faciliter la visite ou la commande.

Flyer Bol d'air, recto et verso



✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Flyer recto-verso : événement, produit, prix et coordonnées utiles.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2017)

Bilan de l'épreuve : Le BP Fleuriste, épreuve E32 Techniques commerciales de la session 2017, dure 2 heures et a un coefficient 2. Le sujet porte sur le lancement d'un bottelage de roses pour la journée de la femme. Il évalue les calculs commerciaux et de TVA, l'argumentation SONCAS, le traitement des objections, l'analyse de zone de chalandise et la conception d'actions promotionnelles.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le prix total d'achat HT de chaque composant se calcule en multipliant sa quantité par son prix unitaire HT.
- Le coefficient multiplicateur de 2,5 sert à calculer le prix de vente TTC demandé, en respectant les consignes d'arrondi de l'annexe.
- SONCAS désigne les mobiles Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent et Sympathie.
- La zone de chalandise se divise en zones primaire, secondaire et tertiaire, dont le tracé dépend des distances et de l'attractivité.

Points de vigilance & attentes du jury

- Détailler les opérations et distinguer clairement prix d'achat HT, prix de vente TTC et montant de TVA.
- Justifier le taux de TVA choisi par la nature du produit et les conditions d'application demandées.
- Relier chaque argument à une caractéristique réelle du bottelage et à l'avantage qu'elle apporte au client.
- Adapter les actions promotionnelles et la maquette au magasin de Seclin et à la journée de la femme.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment établir le coût d'achat HT du bottelage ?

Pour chaque composant, multipliez la quantité par le prix unitaire d'achat HT. Additionnez ensuite les prix totaux obtenus pour déterminer le coût d'achat total HT du bottelage.

Q : Comment construire un argumentaire avec la méthode SONCAS ?

Repérez le mobile d'achat du client, puis reliez une caractéristique réelle du produit à un avantage qui répond à ce mobile. L'argument doit être précis, crédible et formulé dans l'intérêt du client.

Q : Comment organiser les deux heures de l'épreuve ?

L'épreuve dure deux heures. Répartissez votre temps entre calculs, argumentation et clientèle, en tenant compte du barème des parties. Gardez quelques minutes pour vérifier les calculs, les justifications et la maquette.

Q : Qu'attend le jury pour les actions commerciales et le flyer ?

Les propositions doivent être justifiées et cohérentes avec le produit, l'occasion et le magasin. La maquette doit promouvoir le bottelage de roses à l'occasion de la journée de la femme, avec une présentation lisible au recto et au verso.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2017/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2017 - 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.