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 : N° du candidat

Né(e) le :

(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'Examen de l'enseignement professionnel

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.

Matériel :
- l'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode d'examen, est autorisé,
- crayons de couleur et feutres.

Le sujet comporte 4 parties :

Première Partie : Etude de marché – Calculs commerciaux	/ 13 points
Deuxième Partie : Argumentation - Communication	/ 12 points
Troisième Partie : Gamme de produits	/ 8 points
Quatrième Partie : Zone de chalandise	/ 7 points

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

Vous êtes apprenti(e) en Brevet Professionnel « Fleuriste » deuxième année dans le magasin « Il était une fois… Une fleur » de Nantes.

Mme Brindille, votre responsable, a besoin de votre aide et vous confie certaines missions.

Fiche signalétique de l'entreprise

Enseigne : Il était une fois…. une fleur

Adresse : 12 rue des Bambous - 44000 Nantes

Téléphone : 02.40.40.XX.XX
Télécopie : 02.40.40.XX.XX

Date de création : 2005

Activité : Fleuriste décorateur

Surface de vente : 80 m^2

Forme de commerce : Indépendant isolé

Méthodes de vente : Vente de contact, vente à distance

Techniques de vente : Vente traditionnelle, vente par internet

Effectif : Mme Brindille, Responsable du magasin
Melle Anne, apprentie en 1ère année de CAP et vous-même.

Localisation : Situé à côté d'une grande enseigne de distribution, d'un bureau de poste et d'une boulangerie.

Horaires d'ouverture :
Du lundi au vendredi de 9 h 30 à 12 h 30 et de 14 h à 19 h
Le samedi et dimanche de 9 h 30 à 12 h 30.

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 1 : Étude de marché et calculs commerciaux

Mme Brindille se soucie de la baisse de son chiffre d'affaires sur certaines fleurs coupées.
Elle aimerait que vous analysiez ses résultats en calculant des évolutions en volume et en valeur par rapport à l'année précédente.

1. A l'aide du **document 1**, compléter l'**annexe 1**.
Arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule.

DOCUMENT 1

CATEGORIES DE FLEURS COUPEES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2016	QUANTITES VENDUES 2016	CHIFFRE D'AFFAIRES 2017	QUANTITES VENDUES 2017
Roses	25185	8395	25850	8550
Strelitzia	17501	3241	24310	4513
Germini	3508	3189	3106	2824
Calla	7606	5071	1698	1132
Gypsophile	13696	6988	14040	7200

ANNEXE 1

CATEGORIES DE FLEURS COUPEES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2016	CHIFFRE D'AFFAIRES 2017	TAUX D'EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRE	QUANTITES VENDUES 2016	QUANTITES VENDUES 2017	TAUX D'EVOLUTION DES QUANTITES VENDUES
Roses	25185	25850		8395	8550	
Strelitzia	17501	24310		3241	4513	
Germini	3508	3106		3189	2824	
Calla	7606	1698		5071	1132	
Gypsophile	13696	14040		6988	7200	

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

2. Détailler les deux résultats pour les roses.

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

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

3. Quelle fleur coupée a connu en 2017 la plus forte baisse ?

.....
.....
.....

4. Que conseillez-vous à Mme Brindille pour réagir suite à cette baisse ?

.....
.....
.....

.....
.....
.....

.....
.....
.....

A la suite d'une offre promotionnelle du fournisseur sur les Strelitzias (remise de 30 %), Mme Brindille a décidé de commander une quantité plus importante que d'habitude.
Le prix de vente unitaire Hors Taxes du Strelitzia est habituellement de 5,40 €. Ils seront donc proposés à 3,99 € TTC. (Arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule).

5. Indiquer le taux de TVA qui s'applique sur cette fleur vendue à l'unité.

.....
.....
.....
.....

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

6. Compléter **l'annexe 2** en calculant le prix d'achat des Strelitzias avant la promotion et après la promotion du fournisseur.

ANNEXE 2 AVANT LA PROMOTION

	PA HT	MARGE BRUTE	PV HT	TAUX DE MARQUE	MONTANT TVA	PV TTC	COEFFICIENT MULTIPLICATEUR
Vos réponses			**5.40**				**2.47**
Détails des calculs							

APRÈS LA PROMOTION

	PA HT	MARGE BRUTE	PV HT	TAUX DE MARQUE	MONTANT TVA	PV TTC	COEFFICIENT MULTIPLICATEUR
Vos réponses						**3.99**	**2.18**
Détails des calculs							

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 2 : Argumentation et communication

Pour augmenter les ventes de Strelitzia que Mme Brindille vient de commander chez son fournisseur, elle vous demande de préparer un argumentaire de vente sur une composition à base de cette fleur pour que ses vendeuses puissent vendre plus facilement cet arrangement.

1. A l'aide du **document 2** et de vos connaissances concernant la méthode CAP, compléter l'**annexe 3** en rédigeant des arguments de vente correspondant à chaque mobile d'achat.

DOCUMENT 2



ORCHIDÉE ROSE STRELITZIA

COMPOSITION FLEURS BÉZIERS

J'aime 2 Partager

Enregistrez-vous pour recevoir une alerte de modification de prix

Partager sur facebook et bénéficier d'un bon de réduction de 5%

Soyez le premier à commenter ce produit

EN STOCK

Laissez-vous tenter par cet audacieux mélange de fleurs, où le vert, l'orange et le violet se marient harmonieusement pour former une ravissante composition à offrir. Un cadeau coloré pour toutes les occasions.

Composition : rose, orchidée, strelitzia, santini et feuillages exotiques.

Hauteur : environ 60 cm. Personnalisez la composition en choisissant la couleur du pot en zinc. Rose, vert, blanc, rouge, gris, noir... à vous de choisir !

Succombez également pour notre collection de bouquets ici.

45,90 €

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

ANNEXE 3

METHODE	SIGNIFICATION	ARGUMENTS
S		
O		
N		
C		
A		
S		

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

Mme Brindille souhaite que vous réalisiez un publipostage pour que sa clientèle puisse bénéficier de 30 % de remise sur les futures compositions de Strelitzias **(document 2 et document 3).**
Elle souhaiterait réaliser cette offre promotionnelle pendant 2 jours, et plus précisément les 24 et 25 juin 2018.

DOCUMENT 3 : la méthode AIDA

La méthode AIDA Cette méthode est devenue un élément incontournable du marketing. Elle permet de structurer une action de communication écrite ou audiovisuelle.

Les étapes sont définies comme suit :

- **L'accroche (A)** :
  Attirer l'attention, de votre interlocuteur en lui exposant de façon claire et concise (un slogan, une image choc…) le message que vous souhaitez lui faire passer, lui proposer le plus grand avantage dont il va profiter. Il faut qu'il se sente concerné pour aller plus loin dans la lecture.

- **L'intérêt (I)** :
  Susciter l'intérêt en faisant rapidement comprendre ce que vous proposez, en interpelant, en développant la proposition.

- **Provoquer le désir (D)** : déclencher le désir chez votre interlocuteur afin de l'amener à vouloir mieux vous connaître, à travailler avec vous. Soutenir ce qui a été dit par des preuves, des témoignages.

- **Inciter à l'action (A)** : après avoir éveillé un besoin ou un désir chez votre interlocuteur, pousser à agir dans votre sens.

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

2. A l'aide du document 3, Mme Brindille vous demande de créer un publipostage à adresser à l'une de ses clientes et vous demande de compléter l'**annexe 4**.

ANNEXE 4

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 3 : Une gamme de produits

A partir du document 4, définir les contours de la gamme de produits que vous pourrez présenter aux clients.

DOCUMENT 4

Un panier moyen plus élevé

Pour des funérailles cependant, les clients regardent beaucoup moins à la dépense et les paniers moyens sont beaucoup plus élevés que la moyenne des autres commandes. « *Lors d'un décès, les familles ne sont, bien évidemment, pas dans un choix rationnel. Elles n'hésitent pas à mettre 350 euros dans un coussin*, remarque Frédéric Guffroy, gérant de la chaîne de transmission 123fleurs.com. *Bien souvent, les familles se regroupent, ou même les entreprises en lien avec le défunt, et peuvent dépenser jusqu'à 400 euros.* » Ainsi le panier moyen se situe autour de 70-80 euros en faisant la moyenne entre les familles et les petites attentions apportées par les proches. « *Notre offre de produits sur* .e site va d'une trentaine d'euros jusqu'à 700 euros, explique Thierry Chevallier, directeur général de 'Agitateur floral. *Le panier moyen est d'environ* 50-80 *euros mais nous sommes orientés sur une* clientèle *haut de gamme, nous ne proposons que* du *qualitatif.* » Pour autant, il est important de rappeler que le poids des fleurs ne pèse pas très lourd dans ce cadre. « *Un convoi funéraire coûte,* en *moyenne, entre 3 000 et 3 500 euros* », tient à préciser Fabrice Freixas.

Une demande de plus en plus créative

En termes de produits, la demande est en train de changer. Exit les traditionnels chrysanthèmes et autres œillets ou glaïeuls. « *Ces variétés font, selon les clients, "trop enterrement"* », explique Cindy Gunther. La symbolique du deuil est aujourd'hui souvent oubliée. « *Nous avons arrêté de proposer des croix et des cœurs*, indique Pascale Denain. *Désormais, les créations font appel à des couleurs plus vives, les clients aiment les pièces aux tons contrastés.* »

Pour autant, on remarque que les tendances sont logiquement différentes pour les ventes des fleuristes en direct et via les chaînes de transmission. « *Les clients se tournent facilement sur des arrangements de fleurs fraîches : bouquets, gerbes et coussins essentiellement*, poursuit Cindy Gunther. *La rose reste la fleur la plus demandée et pour ce qui est du style, les clients ne veulent pas des choses tristes. Ils aiment lorsqu'on leur propose des arrangements colorés, des formes plus contemporaines avec toujours le souhait de personnaliser le fleurissement des obsèques.* »

La rose représente l'espèce la plus achetée pour la composition des présentations florales (près de 50 %).

Chez Télefleurs, au niveau des commandes en ligne, les bouquets ronds et les compositions à petits budgets remportent toujours un franc succès. « *Nos fleuristes constatent que le rapport à la fleur dans le cadre du deuil a beaucoup changé*, note Mélodie Logan, responsable marketing du groupe Euroflorist. *Les roses uniques fonctionnent bien tout comme les bouquets dans des bulles d'eau, avec la garantie que les fleurs tiendront plus longtemps.* » En termes de coloris, Mélodie Logan confirme que les lignes bougent. « *Les clients n'hésitent plus à demander du rouge orangé dans les compositions.* » Bien que l'association blanc-vert qui apporte un côté neutre, les roses et les parmes fonctionnent toujours et sont souvent choisis par les personnes âgées pour qui il est important de faire réaliser une croix ou une couronne. Les professionnels interrogés vont plus loin, confirmant même que la symbolique des couleurs dans le fleurissement des obsèques n'est plus aussi importante qu'avant. Les clients font avant tout selon leurs goûts et la personnalité de la personne décédée.

Une offre difficile à renouveler

« *Le deuil est un marché d'avenir*, conclut Frédéric Guffroy. *Nous travaillons au quotidien pour augmenter la visibilité de notre catalogue via notre référencement sur les moteurs de recherche*

Source : Information fleuristes Octobre-Novembre 2016
Extrait du dossier « Le deuil, comment en vivre ? »

1. Quel est le panier moyen pour des funérailles ?

.....
.....
.....
.....
.....

Base Nationale des Sujets d'Enseignement Professionnel

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

2. Quel est le montant maximum constaté par les chaînes de transmission florales ?

.....
.....

3. Quelle est l'étendue du prix à l'intérieur de la gamme de produits pour le deuil chez l'agitateur floral ?

.....
.....

4. Quelle proposition pourriez-vous faire à Mme Brindille en termes de politique de prix dans sa boutique ? Justifier.

.....
.....
.....
.....
.....

5. Quelle est la fleur la plus demandée ? Justifier.

.....
.....
.....

6. Quelles sont les nouvelles tendances remarquées dans les compositions florales ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. Quelles sont les deux gammes de produits qui vous paraissent les plus intéressantes à développer à l'intérieur de cette offre du deuil ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

Partie 4 : Zone de chalandise

Mme Brindille réfléchit à une autre méthode de vente, celle par distributeur automatique, pour espérer pérenniser son entreprise et augmenter ses profits.
Elle vous demande de l'assister pour son projet, sachant que :

- **Sur Nantes, un foyer moyen se compose de 3.2 personnes et leur dépense moyenne en fleuristerie est de 112 € par an.**

Votre employeur a obtenu les chiffres relatifs à la répartition des dépenses par secteur de distribution :

- **la grande distribution : 34.8 %,**
- **les magasins spécialisés : 12.3 %,**
- **les distributeurs franchisés : 30.2 %**
- **les fleuristes traditionnels : 22.7 %.**

❖ A partir du **document 5**, déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel annuel que pourrait réaliser un distributeur automatique.
Présenter les résultats sur **l'annexe 5**, tout en gardant à l'esprit que Mme Brindille souhaite réaliser **2,8 % du chiffre d'affaires des distributeurs franchisés**.
(Arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule).

DOCUMENT 5

ZONE DE CHALANDISE	NOMBRE DE PERSONNES	ÉVASION COMMERCIALE
Zone primaire	298 364	15 %
Zone secondaire	184 684	30 %
Zone tertiaire	167 369	80 %

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

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

ANNEXE 5

	DETAIL DES CALCULS	RESULTATS
EVASION COMMERCIALE SUR LA ZONE DE CHALANDISE	- - -	- - -
NOMBRE DE CLIENTS POTENTIELS SUR LA ZONE DE CHALANDISE NOMBRE DE FOYERS	- -	- -
DEPENSES TOTALES EN FLEURISTERIE SUR LA ZONE DE CHALANDISE		
REPARTITION DES DEPENSES PAR SECTEUR DE DISTRIBUTION	. . . .	. . . .
CHIFFRE D'AFFAIRES POTENTIEL		

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

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.