

**Question 1**

Points  
obtenus

**Objectif détaillé N° : 1.2.1.2**

**Expliquer un fichier clients**

**5 points**

Total :

**Situation initiale :**

A la fin de l'apprentissage, le formateur demande à ses personnes en formation de réfléchir au sens et au contenu des fichiers clients. A cet effet, il leur présente un fichier client d'une entreprise de commerce de chaussures qui fournit ses produits à des détaillants dans toute la Suisse.

**Tâches :**

- a) Indiquez pourquoi il est important que cette entreprise dispose d'un fichier clients. Donnez en quelques mots quatre arguments. (4 x ½ point, soit 2 points au total).

1) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Tâche a) :

Points obtenus

- b) Complétez le tableau ci-dessous en donnant en quelques mots, par domaine, quatre informations qui devraient figurer dans un fichier clients.  
(1 point par domaine correctement rempli, soit 3 points au total).

Données relatives au client	
Informations sur la personne de contact	
Informations sur les ventes	

Tâche b) :

## Question 2

Points  
obtenus

**Objectif détaillé N° : 1.6.1.4**

**Proposer des améliorations**

**6 points**

Total :

### Situation initiale :

Une de vos amies travaille comme employée de commerce au back office d'une entreprise fournissant des prestations dans le domaine du conseil. Bien que, dans ses lignes directrices, l'entreprise qualifie ses prestations de progressistes et de dynamiques, votre amie n'est pas satisfaite du déroulement des processus administratifs qui sont trop lents. Par ailleurs, l'entreprise montre peu d'enthousiasme pour des réformes. Certains problèmes ont certes été discutés au sein de l'entreprise et, quelquefois, des solutions avaient même été proposées. Mais, dans la plupart des cas, ces propositions n'avaient pas été prises en compte. Ainsi, les projets de réforme n'ont presque jamais abouti. Résultat : les collègues sont de moins en moins motivés.

### Tâche :

Quelle procédure de traitement des propositions l'entreprise devrait-elle mettre en place pour que les améliorations proposées aient des chances d'aboutir ? L'ordinogramme figurant sur la page suivante vous donne la structure de base. En relation avec les numéros des étapes figurant sur l'ordinogramme, complétez les étapes ci-dessous. Définissez, sous forme de mots-clés, de quelles activités ou questions/décisions il s'agit. (1 point par indication correcte, soit 6 points au total).

1. La proposition est accueillie favorablement par les collègues qui la trouvent bonne.

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

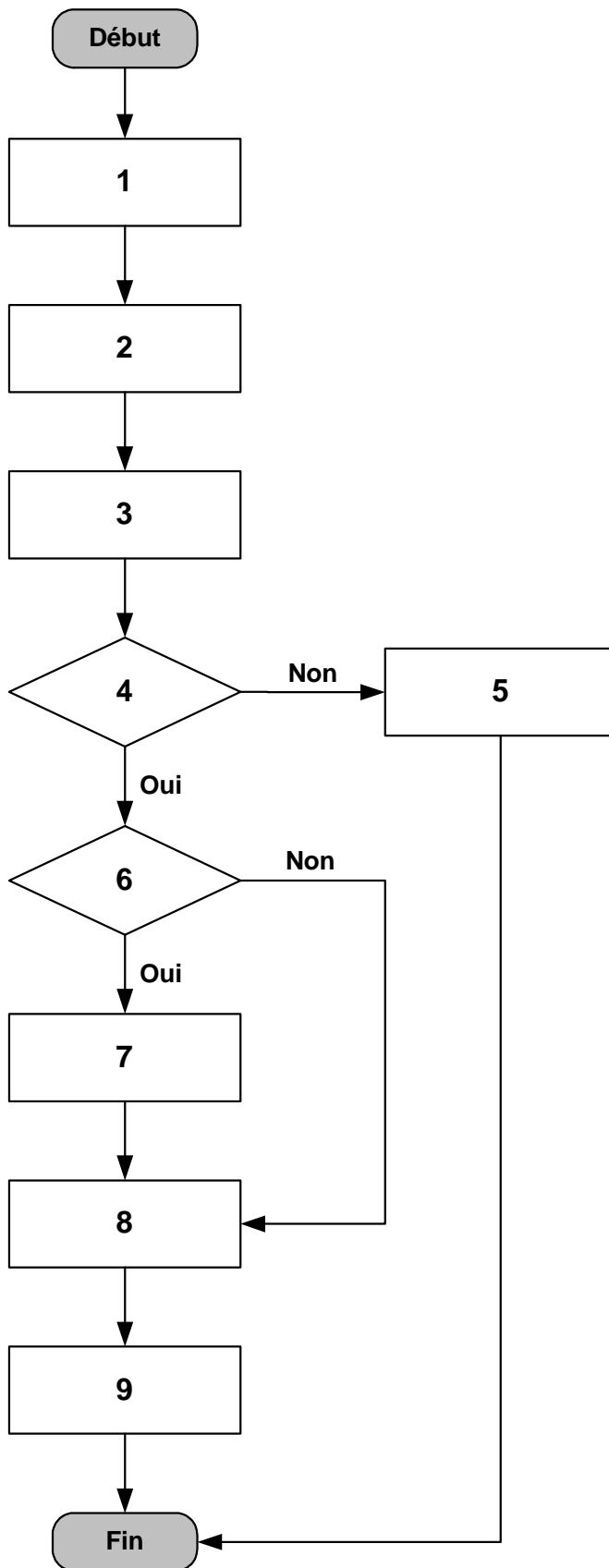
5. \_\_\_\_\_

6. Est-ce que la proposition doit être examinée par un groupe d'experts ?

7. \_\_\_\_\_

8. \_\_\_\_\_

9. Information et éventuellement récompense des collègues qui ont formulé la proposition



**Question 3**

Points  
obtenus

**Total :**

**Objectif détaillé N° : 2.2.1.1 Choisir les moyens de communication 6 points**

**Situation initiale :**

L'entreprise Bureau-Tic, spécialisée en bureautique, cherche un/e collaborateur/trice. Vous avez posé votre candidature et êtes invité/e à votre premier entretien après votre apprentissage. L'entreprise Bureau-Tic vous demande de répondre à quelques questions.

**Tâche :**

Complétez en quelques mots le tableau ci-dessous en donnant, pour chacun des moyens de communication mentionnés, deux exemples d'utilisation ordinaire dans une entreprise (situation de tous les jours). Expliquez pourquoi le moyen de communication en question doit être utilisé dans la situation que vous avez indiquée. Une explication ne peut être citée qu'une fois.

(par champ correctement rempli, vous obtenez ½ point, soit 6 points au total).

Moyen de communication	Situation de tous les jours	Explication
Lettre		
Télécopie		
Mail		

**Question 4**Points  
obtenus**Objectif détaillé N° : 2.2.3.1      Établir des documents agréables à l'œil      6 points****Total :****Situation initiale :**

La présentation plaisante d'un document est très importante et doit être un souci permanent au sein des entreprises, surtout lorsque le document est destiné au public.

**Tâches :**

- a) Votre entreprise formatrice organise une journée d'information pour les élèves de dernière année obligatoire afin de leur faire connaître les activités et les possibilités d'apprentissage qu'elle offre. Vous êtes chargé/e d'effectuer une affiche que vous devrez accrocher à l'école. Indiquez dans la 1<sup>ère</sup> colonne 4 éléments (mots-clés) dont dépend la qualité d'un document et, dans la 2<sup>ème</sup> colonne, donnez 1 argument par élément à l'aide de phrases.  
(½ point par élément et ½ point par argument correct, soit 4 points au total).

Éléments qui influencent la présentation plaisante du document	Arguments
1)	
2)	
3)	
4)	

Tâche a) :

Points obtenus

- b) Inventez un autre critère qui favorise l'attractivité du document en tenant compte que vous vous adressez à des élèves.  
(vous obtenez 1 point pour votre critère (mot-clé) et 1 point pour l'argumentation rédigée en une phrase, soit 2 points au total).

**Critère personnel :**

---

**Argumentation :**

---

---

---

---

---

---

---

---

Tâche b) :

**Question 5**

Points  
obtenus

**Total :**

**Objectif détaillé N° : 3.3.7.1 Définir les attentes des groupes d'intérêts 8 points**

**Situation initiale :**

Vous travaillez chez un grossiste en papeterie qui achète du matériel de bureau à des fabricants de marques pour les revendre à des détaillants. Pendant la pause, vous suivez la discussion entre les apprenant(e)s du service d'achat et les apprenant(e)s du service de vente. Il y est question **des prix d'achat et des prix de vente**. Vous prenez part à la discussion et indiquez qu'il y a ici deux groupes d'intérêts : les clients et les fournisseurs.

**Tâche :**

Les attentes des groupes d'intérêts sont différentes et peuvent donner lieu à des conflits d'intérêts au sein d'une entreprise. Dans les colonnes 1 et 2, citez par groupe d'intérêts deux attentes concernant le même sujet. Montrez dans la 3<sup>ème</sup> colonne comment ces attentes peuvent provoquer des conflits d'intérêts au sein d'une entreprise.

(1 point par attente et 2 points par conflit d'intérêts, soit 8 points au total.

Attentes de nos fournisseurs (1 point par attente)	Attentes de nos clients (1 point par attente)	Conflit d'intérêts (2 points par explication correcte)

## Question 6

Points  
obtenus

**Objectif détaillé N° : 3.4.1.2**      **Connaître les travaux liés aux  
pièces comptables**

**5 points**

Total :

### Situation initiale :

Dans quelques jours, vous travaillerez au service d'administration des créanciers et des débiteurs de l'entreprise La Sarriette. Dans ce service, vous serez chargé/e du contrôle de la comptabilité des créanciers.

### Tâches :

Étudiez l'ordinogramme sur la page suivante.

Celui-ci montre le **déroulement du contrôle et du paiement des créanciers** de l'entreprise La Sarriette.

- a) Complétez l'ordinogramme en y reportant les numéros relatifs aux différentes étapes dans le bon ordre chronologique.  
(pour chaque numéro reporté correctement dans l'ordinogramme, vous obtenez ½ point, soit 4 points au total).
  
- b) L'étape n° 3 n'a pas été spécifiée. Donnez un titre à cette étape.  
(pour la désignation correcte de l'étape 3, vous obtenez 1 point).

7 Réception de la facture

5 Différence ?

3 \_\_\_\_\_

8 Contrôle de la facture

2 Saisie dans le système de paiement

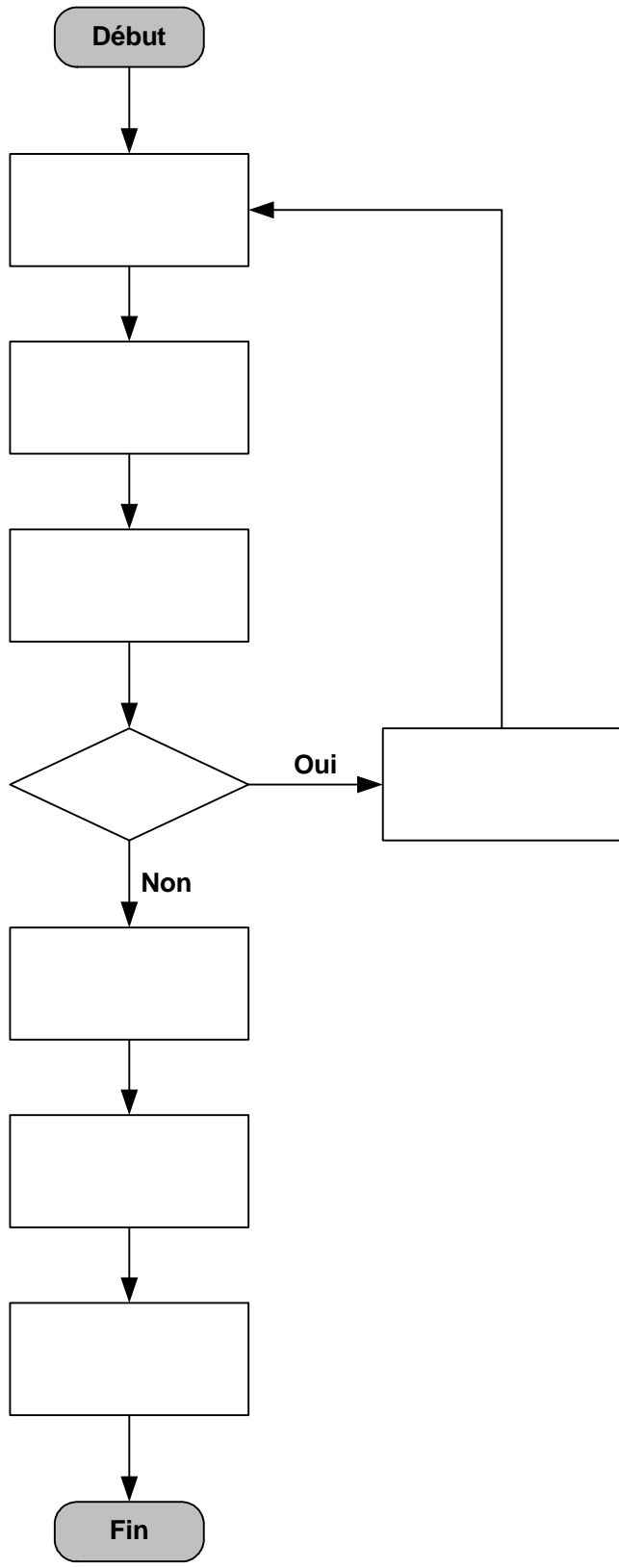
1 Comparaison avec le bulletin de livraison

4 Classement de la facture et du bulletin de livraison

6 Comptabilisation de la facture

Tâche b) :

Points obtenus



Tâche a) :

**Question 7**Points  
obtenus**Objectif détaillé N° : 3.4.2.1****Citer les centres de coûts****4 points****Total :****Situation initiale :**

Afin de pouvoir se faire une image exacte des coûts, ceux-ci sont répartis de la manière suivante: coûts par nature, centre de coûts, inducteurs de coûts.

**Tâche :**

Attribuez les expressions énumérées ci-dessous à la bonne colonne en cochant la case qui convient. Il s'agit d'une entreprise qui produit des fenêtres (8 x ½ point, soit 4 points au total).

<b>Expression</b>	<b>Coûts par nature</b>	<b>Centre de coûts</b>	<b>Inducteurs de coûts</b>
Fenêtre en bois	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Direction	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contrôle de la qualité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frais de véhicules	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frais de personnel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vitrierie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Achat de marchandises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fenêtres anti-effraction	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Question 8

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.11.1.5**

**Marketing Mix**

**4 points**

Total :

### Situation initiale :

Un nouveau groupe de travail « Marketing 2008 » va être créé dans votre entreprise formatrice.

Vous faites également partie de ce groupe. Dans quelques jours, la première séance aura lieu, avec pour objectif : avoir trouvé des idées. Pour chaque participant à cette séance, le travail de préparation est le suivant :

### Tâche :

Choisissez un produit (un bien ou une prestation) dont dispose déjà l'entreprise (votre entreprise formatrice) ou qui pourrait être ajouté à son assortiment.

Quels instruments du marketing Mix sont judicieux pour le produit que vous avez choisi ? Proposez trois instruments dans chaque domaine du marketing Mix.

Insérez vos réponses dans le tableau figurant sur la page suivante.  
(pour chaque colonne remplie correctement [à savoir le domaine et ses trois instruments correspondants], vous obtenez 1 point).

**Marketing Mix**

Points obtenus

Pour le produit suivant : \_\_\_\_\_

**Veillez cocher** :  le produit existe déjà ou  il s'agit d'un nouveau produit

<b>Domaines du marketing Mix :</b>	P _____	P _____	P _____	P _____
<b>Instruments</b>				

**Question 9**

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.8.1.3**

**Restrictions de commerce tarifaires et  
non-tarifaires**

**4 points**

**Total :**

**Situation initiale :**

Les restrictions commerciales contrarient le commerce. Il existe différents types de restrictions commerciales.

**Tâche :**

- a) A l'aide d'un exemple choisi, expliquez chacun des termes restriction de commerce tarifaire et restriction de commerce non-tarifaire.  
(1 point par explication correcte basée sur un exemple, total maximum 2 points)

Restriction de commerce tarifaire :

---

---

---

---

---

Restriction de commerce non-tarifaire :

---

---

---

---

---

Tâche a) :

Points obtenus

- b) Expliquez la différence entre les restrictions de commerce tarifaires et non-tarifaires, ainsi que deux similitudes entre ces restrictions commerciales.  
(1 point pour une explication correcte de la différence, ½ point par explication correcte de chacune des deux similitudes, total maximum 2 points).

Différence :

---

---

---

---

Similitudes (points communs) :

1) \_\_\_\_\_

---

2) \_\_\_\_\_

---

Tâche b) :

**Question 10**

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.12.1.1 Évaluer les risques**

**5 points**

**Total :**

**Situation initiale :**

Vous analysez les conditions préalables pour une nouvelle entreprise commerciale en Suisse. L'entreprise a, entre autre, l'intention d'importer des produits d'Afrique et d'Asie. C'est pourquoi vous traitez les risques que peut générer le commerce avec ces pays.

**Tâche :**

Citez deux risques du commerce international et complétez les rubriques ci-dessous.

(½ point par risque correct ; 1 point par description exacte de chaque danger / conséquence du risque commercial et 1 point par description correcte de la mesure à prendre contre chaque risque, total maximum 2.5 points).

**Risque 1 :**

Désignez un risque commercial :

\_\_\_\_\_

Décrivez en une à deux phrases quel est le danger ou la conséquence du risque en terme commercial :

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Décrivez de manière compréhensible en une à deux phrases quels sont les moyens / instruments pour contrer le risque au niveau du commerce :

Points obtenus

---

---

---

---

---

**Risque 2 :**

Désignez un risque commercial :

---

Décrivez en une à deux phrases quel est le danger ou la conséquence du risque en terme commercial :

---

---

---

---

---

Décrivez de manière compréhensible en une à deux phrases quels sont les moyens / instruments pour contrer le risque au niveau du commerce :

---

---

---

---

---

### Question 11

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.9.1.1      Le circuit économique**

**5 points**

**Total :**

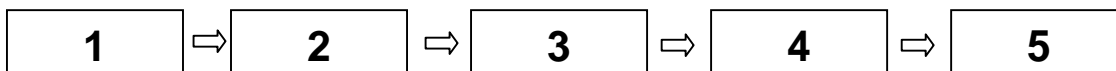
**Situation initiale :**

On appelle circuit économique le chemin qu'emprunte une marchandise depuis l'acquisition de la matière première jusqu'à sa consommation. Les entreprises commerciales exercent d'importantes fonctions dans le circuit économique. Selon où se situe l'entreprise commerciale dans le circuit économique, elle exerce différentes fonctions, respectivement accomplit différentes tâches.

**Tâches :**

- a) Notez les étapes (phases) du circuit économique dans l'ordre et avec les termes corrects.  
(1 point à condition que le circuit économique soit complet et dans la bonne séquence)

Circuit économique



Étape (phase)      Désignation :

<b>1</b>	_____
<b>2</b>	_____
<b>3</b>	_____
<b>4</b>	_____
<b>5</b>	_____

Tâche a) :

b) Après avoir choisi un produit de votre entreprise formatrice, décrivez sous forme de mots-clés qui (quelle entreprise) fait quelle(s) tâche(s) et où (pays, région, lieu) lors de chaque étape du circuit économique.  
(4 points pour la description complète et compréhensible du circuit économique ; pour chaque lacune [description manquante ou fausse], 1 point est retiré).

Points obtenus

**Produit choisi :** \_\_\_\_\_

Qui fait quoi, où ?

Étape 1 :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Étape 2 :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Étape 3 :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Étape 4 :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Étape 5 :

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Tâche b)

**Question 12**Points  
obtenus**Objectif détaillé n° : 1.11.1.2      Importance des mesures de promotion  
des ventes****10 points****Total :****Situation initiale :**

Les mesures de promotion des ventes à l'attention du client sont importantes au sein d'un magasin. Ci-dessous, les courtes descriptions de deux supermarchés vous orientent sur la manière dont les mesures peuvent être mises en place.

**Tâche :**

Parmi les deux supermarchés, évaluez et justifiez lequel a le mieux mis en valeur les mesures de promotion des ventes. (truc : lisez d'abord la procédure sur la prochaine page)

**Supermarché A**

Il n'a pas de climatisation ; l'ensemble des vitrines ainsi que le magasin sont nettoyés une fois par semaine ; le guichet d'information sert également de caisse enregistreuse (toujours occupé) ; beaucoup de marchandise sont vendues sur palette ; l'éclairage avec des néons donne une luminosité très crue ; la surface de vente représente 2'500 m<sup>2</sup> ; les allées sont très larges (quatre chariots à commission peuvent se croiser en même temps) ; le programme de la RSR fonctionne comme musique d'ambiance ; les différents secteurs sont identifiables grâce aux couleurs de revêtement des sols ; les différentes allées partent d'une zone centrale ; les vitrines sont décorées à Pâques, en été, en automne, à la Saint-Nicolas et à Noël.

**Supermarché B**

La directrice du magasin veille tous les jours à diffuser une nouvelle musique d'ambiance et demande à ses clients si cette musique leur plaît ; magasin entièrement climatisé ; l'éclairage est adapté en fonction des couleurs des étagères des marchandises ; un décorateur et les apprenants modifient les vitrines toutes les deux semaines ; le guichet d'information se trouve dans un coin du magasin (pas toujours occupé) ; la surface de vente représente 1'500 m<sup>2</sup> ; la clientèle est orientée à travers le magasin par des marquages au sol et sur les rayons ; deux chariots à commission peuvent à peine se croiser dans les allées ; l'ensemble des marchandises est mis en rayon ; le magasin et les vitrines sont nettoyés chaque jour.

Procédure :

1. Attribuez une importance à chacun des huit critères d'évaluation inscrits dans le tableau figurant sur la page suivante : très important = 3, important = 2, insignifiant = 1.
2. Sur la base de la description des supermarchés A et B, attribuez des points à chaque supermarché en fonction votre appréciation de l'atteinte des critères d'évaluation :  
3 points = le critère est très bien atteint, 2 points = le critère est atteint,  
1 point = le critère n'est que partiellement atteint.
3. Calculez pour chaque supermarché le total des points pour chaque critère (importance x points attribués par critère).
4. Calculez les totaux pour chaque supermarché A et B.
5. Cochez le supermarché qui a le mieux mis en valeur les mesures de promotion des ventes.
6. Justifiez le résultat en écrivant un texte court sur les trois éléments suivants :
  - a) Quels critères avez-vous évalués comme « très importants » ? Pour quelles raisons ?
  - b) Quelles sont les points forts du supermarché que vous avez défini comme « vainqueur » ?
  - c) Quelles sont les faiblesses du « perdant » ?

(4 points pour avoir complété correctement le tableau [calculs justes]. Pour chaque faute de calcul, ½ point est retiré).

(1 point pour avoir déterminé et coché quel supermarché est le vainqueur).

(3 points pour la justification compréhensible de l'élément a,  
1 point pour la justification compréhensible de l'élément b,  
1 point pour la justification compréhensible de l'élément c, total maximum 5 points.  
Pour chaque faute d'orthographe dans vos justifications, ¼ point est retiré).

Points obtenus

Tableau :

	Importance	Supermarché A Points	Supermarché A Total	Supermarché B Points	Supermarché B Total
	(1, 2 ou 3)	(1, 2 ou 3)	(importance x points)	(1, 2 ou 3)	(importance x points)
Vitrines					
Surface de vente					
Orientation du client					
Présentation des marchandises					
Éclairage					
Musique d'ambiance					
Climatisation					
Information					
<b>Totaux</b>					

Procédure 1-4) :

Cochez le supermarché qui a le mieux mis en valeur les mesures de promotion des ventes:

- supermarché A                       supermarché B

Procédure 5) :

Points obtenus

Justifications :

a) Quels critères avez-vous évalués comme « très importants » ? Pour quelles raisons ?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

b) Quelles sont les points forts du supermarché que vous avez défini comme « vainqueur » ?

---

---

---

---

---

---

---

---

c) Quelles sont les faiblesses du « perdant » ?

---

---

---

---

---

---

---

---

Procédure 6) :

**Question 13**

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.10.1.2**

**Comparer les assortiments**

**6 points**

**Total :**

**Situation initiale :**

Vous comparez la composition de l'assortiment (= la politique d'assortiment) de votre entreprise formatrice avec celle d'une entreprise concurrente. Votre choix des critères de comparaison est déterminant, car chaque critère doit vous permettre de comparer les deux assortiments.

**Tâches :**

- a) Inscrivez le nom de votre entreprise formatrice et celui d'une entreprise concurrente. Le critère de comparaison « Clients » est déjà noté ; citez trois autres critères vous permettant de comparer la composition de l'assortiment. (½ point par critère judicieusement choisi, total maximum 1.5 point).

<b>Votre entreprise formatrice :</b> _____	<b>Critères de comparaison de la composition de l'assortiment</b>	<b>Une entreprise concurrente :</b> _____
	Critère 1 : • <b>Clients</b> (pouvoir d'achat, âge, sexe, tendance de mode, besoins)	
	Critère 2 : • _____	
	Critère 3 : • _____	
	Critère 4 : • _____	

Tâche a) :

- b) Pour chacun des critères choisis, formulez une question ouverte que vous voudriez poser à votre concurrent pour recevoir des informations à ce sujet.  
(1½ point par question ouverte formulée concrètement, total maximum 4.5 points).

Points obtenus

Critère 2 :	Question à l'attention du concurrent :  _____  _____  _____  _____
Critère 3 :	Question à l'attention du concurrent :  _____  _____  _____  _____
Critère 4 :	Question à l'attention du concurrent :  _____  _____  _____  _____

Tâche b) :

**Question 14**

Points  
obtenus

Total :

**Objectif détaillé n° : 1.10.2.2      Moment de la commande      4 points**

**Situation initiale :**

L'entreprise de production Roller SA produit des patins à roulettes de haute qualité. Elle commande des sets de 4 roues chez un de ses fournisseurs. Afin de ne jamais interrompre sa production, elle doit passer ses commandes de sets de roues de manière professionnelle.

**Tâches :**

- a) Pour une bonne maîtrise de ses stocks, l'entreprise utilise différents indicateurs de gestion de stock. Sur la base des deux définitions citées ci-dessous, inscrivez les termes techniques (nom du stock) concernés.  
(½ point par nom correct, total maximum : 1 point)

Définition	Terme technique
Quantité en dessous de laquelle il ne faut pas descendre	.....
Quantité qui détermine le déclenchement de la commande, en fonction du délai habituel de livraison	.....

Tâche a) :

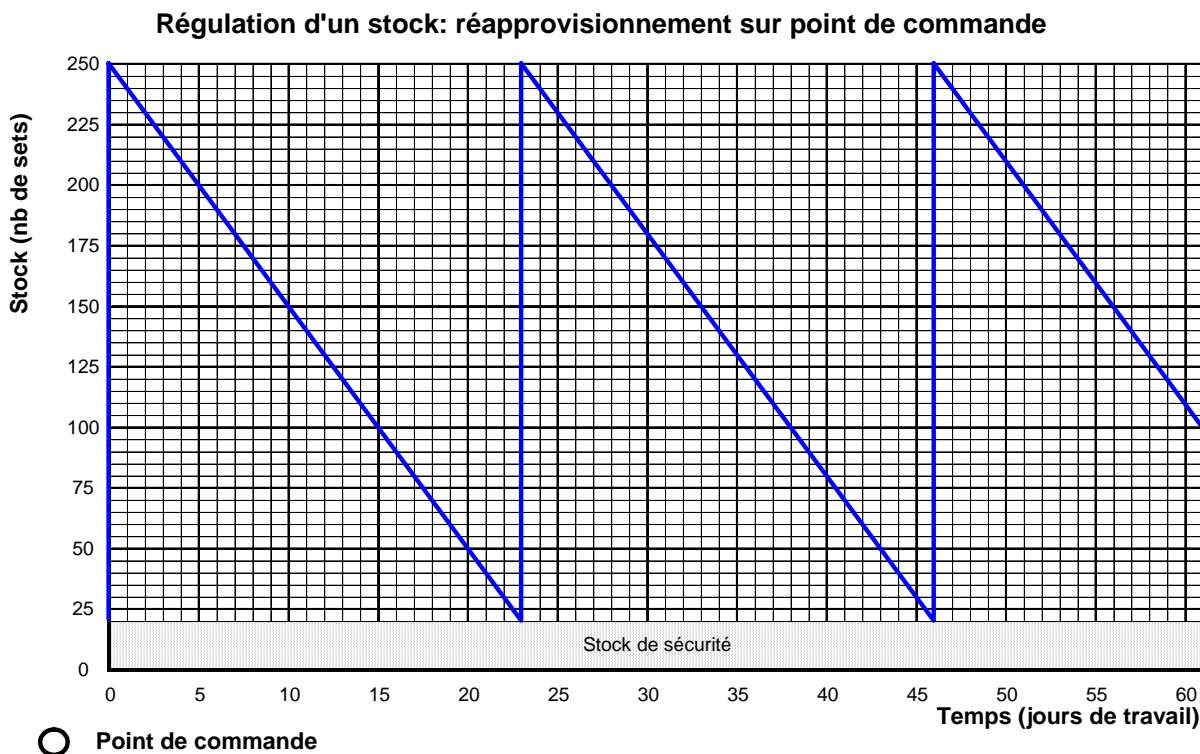
- b) Sur la base des données ci-dessous, à quel niveau de stock faut-il passer la prochaine commande ? L'entreprise a, bien entendu, l'objectif de ne pas disposer de plus de sets de roues que nécessaire.  
(1 point pour la réponse exacte)
- Consommation journalière : 10 sets de roues
  - Quantité à commander : 230 sets de roues
  - Délai de livraison de la part du fournisseur : 3 jours
  - Stock initial : 250 sets de roues
  - Stock de sécurité : 20 sets de roues

Il faut donc passer la commande de 230 sets de roues lorsque le nombre restant en stock atteint \_\_\_\_\_ sets de roues.

Tâche b) :

- c) En vous référant aux données de la tâche b) et au graphique ci-dessous, dessinez sur le graphique les deux prochains points de commande et déterminez dans combien de jours (nous sommes actuellement au jour 0) vous devrez passer votre deuxième commande.  
( $\frac{1}{2}$  point par point de commande dessiné sur le graphique et 1 point pour la détermination du 2<sup>ème</sup> jour de commande, total maximum 2 points)

Points obtenus



La deuxième commande devra être faite le \_\_\_\_\_<sup>ème</sup> jour.

Tâche c) :

### Question 15

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.9.2.1**

**Fonctions du commerce**

**5 points**

Total :

**Situation initiale :**

Chaque entreprise commerciale remplit plusieurs fonctions à l'attention de sa clientèle. En considérant les mutations permanentes au sein de l'économie (technologie, lois, etc.), certaines fonctions seront toujours de grande valeur dans le futur alors que d'autres seront moins importantes.

**Tâche :**

Citez cinq fonctions à l'attention de la clientèle qui, à votre avis, devront toujours être assurées dans le futur par une entreprise commerciale. Pour chaque fonction, justifiez, en quelques mots, pourquoi elle restera importante ou pourquoi elle va encore prendre de l'importance par rapport à maintenant.

(1 point pour chaque fonction correcte et sa justification compréhensible).

<u>Fonction</u>	<u>Justification</u>

<u>Fonction</u>	<u>Justification</u>	<u>Points obtenus</u>
<hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
<hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
<hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	

**Question 16**Points  
obtenus**Objectif détaillé n° : 1.7.2.1****Importance du commerce****7 points****Total :****Situation initiale :**

Votre chef a déposé sur votre bureau deux articles de la presse économique ainsi que la note suivante :

*Veillez lire les textes disponibles et soulignez les déclarations importantes concernant le thème :*

*L'importance actuelle du commerce.*

*Préparez deux transparents pour ma présentation sur lesquels on pourra lire ces déclarations de manière concentrée et pertinente. Merci !*

**Tâche :**

Étudiez les deux textes originaux. Recherchez dans chaque texte deux déclarations importantes sur le thème :

*l'importance actuelle du commerce*

et marquez-les de telle manière qu'elles soient bien visibles pour votre chef.

**Sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur – depuis l'achat des matières premières et des marchandises intermédiaires jusqu'à la distribution du produit final au consommateur – le secteur du commerce et de la logistique assume une fonction de pivot.**

**Avec 691'200 employés en Suisse, il représente le plus gros secteur de prestations de services et génère 65,5 Mrd de CHF de valeur ajoutée. En termes de croissance toutefois, toutes les branches ne sont pas des locomotives de l'économie suisse. La palme revient à la logistique, qui profite de la progression constante des échanges internationaux de marchandises. Alors que sa création de valeur s'est accrue de 5,1% en moyenne des dix dernières années, le commerce de détail se situe lui à l'extrémité inférieure du spectre, avec +0,7% par an.**

Le commerce extérieur suisse est toujours en super forme. Comme lors des meilleurs trimestres 2006, tant les exportations que les importations ont affiché une croissance nominale à deux chiffres durant le premier trimestre 2007. Toutes les branches ont ainsi pu augmenter leur chiffre d'affaires. La balance commerciale boucle avec un excédent imposant de 3,2 milliards de francs. Au cours du premier trimestre 2007, les exportations ont présenté un essor nominal de 12.6% (réel : +11.1%) à 48,263 milliards de francs. Les exportations ont franchi un nouveau palier.

En terme nominal, les importations se sont accrues de 10,5% (réel : +8,0%) pour s'élever à 45,017 milliards de francs. Les importations des matières premières et des demi-produits ont grimpé de +28,3%.

La frénésie découle principalement de la hausse de moitié dans les importations des demi-produits chimiques et en métal. A l'exception des pays en développement, les importations de toutes les régions économiques se sont accrues. Les pays en transition ont survolé les débats. Les entrées de l'UE ont augmenté de 11,4%. Les importations de l'Allemagne ont progressé au-dessus de la moyenne (+13.4%).

Résumez ces textes en quatre déclarations brèves et pertinentes. Puis concevez le contenu des deux transparents pour la présentation de votre chef.

En plus, il s'agira d'afficher une image intensifiant les déclarations sur chacun des deux transparents : proposez ce qui devrait être visible sur chaque image correspondante.

(1½ point pour chacune des quatre déclarations compréhensibles sur les deux transparents, total maximum 6 points)

(½ point pour chacune des deux propositions d'image judicieuse, total maximum 1 point).

**Importance actuelle du commerce**

Déclaration 1 :

---

---

Déclaration 2 :

---

---

Proposition d'image :

---

---

**Importance actuelle du commerce**

Déclaration 3 :

---

---

Déclaration 4 :

---

---

Proposition d'image :

---

---

**Question 17**

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.7.1.1      Marchandises / prestations de service      5 points**

**Total :**

**Situation initiale :**

Les biens (produits et prestations) peuvent être classés en fonction de plusieurs points de vue. Un bien peut être, entre autres, libre, économique, matériel et/ou immatériel.

**Tâche :**

Dans le tableau ci-dessous figurent différents exemples : cochez s'il s'agit d'un bien « libre », « économique », « matériel » et/ou « immatériel ». Tenez compte du fait qu'un bien peut être évalué de plusieurs points de vue.

(1 point pour quatre lignes du tableau correctement cochées, total maximum 5 points)

	<b>Libre</b>	<b>Économique</b>	<b>Matériel</b>	<b>Immatériel</b>
Un billet de loto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une table en bois	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le journal « 20 Minutes »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un conseil au magasin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une VW-Golf rouge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un café au lait avec du sucre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La monnaie d'un pays	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deux boucles d'oreilles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un massage médical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une pièce de théâtre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un bouquet de fleurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'air	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un lien internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le Cervin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une tasse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une police d'écriture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une lampe de poche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un menu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un brevet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une brosse à dent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Question 18

Points  
obtenus

**Objectif détaillé n° : 1.13.2.2      Différence prescriptions - normes      5 points**

Total :

**Situation initiale :**

Soyez conscient des différences et des similitudes entre les prescriptions et les normes. Pensez à votre entreprise formatrice et réfléchissez où sont respectées des prescriptions et des normes.

**Tâches :**

- a) Citez une différence et une similitude entre des prescriptions et des normes.  
(1 point pour une différence correcte et 1 point pour une similitude correcte, total maximum 2 points).

Différence :

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Similitude :

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Tâche a) :

- b) Citez une prescription et une norme que votre entreprise formatrice doit respecter et expliquez quelle est la conséquence en cas non-respect.  
(1½ point par tableau ci-dessous correctement complété, total maximum 3 points).

Points obtenus

Norme :	Conséquence en cas de non-respect :
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Prescription :	Conséquence en cas de non-respect :
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Tâche b) :