

# JEU TEMOIN

**Diplôme de français  
professionnel**  
Affaires B2

Centre de langue française  
*Quand le français est une force*

## Modalités d'évaluation du DFP Affaires B2

Aptitudes testées	Nombre de questions	Fiche optique	Durée	Nombre de points
Compréhension écrite	15	oui	} 1 h	15
Connaissance du monde de l'entreprise	15	oui		15
Compréhension orale	25	oui	45 mn	25
Compréhension et expression écrites	2	non	1 h 15	25 (question 31 : 10 points question 32 : 15 points)
		<b>Total</b>	<b>3 h 00</b>	<b>80</b>
	<b>Nombre d'épreuves</b>			
Expression orale	2	non	<b>30 mn</b> (15 mn par épreuve) (Préparation : 30 mn pour chaque épreuve)	<b>20</b> (10 points par épreuve)
			<b>Total</b>	<b>100 points</b>

Pour réussir, il faut obtenir :

**45 points** sur 80 aux épreuves passées à l'écrit ;  
**6 points** sur 20 aux épreuves passées à l'oral ;  
**55 points** sur 100 à l'ensemble des épreuves.

Pour bénéficier d'une mention, il faut obtenir :

**70 points** sur 100 pour la mention Bien  
**80 points** sur 100 pour la mention Très bien

**PARTIE 1**

- Prenez connaissance :
  - des questions **1 à 5** suivantes
  - et des quatre parties **A, B, C, D** du sommaire de la convention collective de l'entreprise TELECOMANIA.
- Vous devez indiquer dans quelle partie **A, B, C** ou **D** DEVRAIT se trouver la réponse à chacune des cinq questions.
- Pour chaque question **1 à 5**, cochez sur la fiche la réponse **A, B, C** ou **D** qui vous paraît exacte.
- *Attention ! Une même partie peut apporter une réponse à plusieurs questions ou, à l'inverse, ne contenir de réponse à aucune question.*

**Questions 1 à 5**

1. Est-il possible d'engager un étudiant étranger ? ...
2. Quel tribunal sera compétent en cas de conflit ? ...
3. Un salaire brut minimum est-il garanti pour chaque grade ? ...
4. L'appartenance à une organisation politique est-elle autorisée ? ...
5. Les heures supplémentaires effectuées sont-elles payées ? ...

**TELECOMANIA**  
**34 boulevard Bischoffsheim**  
**67000 Strasbourg**  
**France**

**Convention Collective**

**A. Champ d'application**

1. Représentation du personnel
2. Droit syndical
3. Liberté d'opinion
4. Droit de grève

**B. Recrutement**

1. Conditions d'embauche
2. Eléments constitutifs du contrat de travail
3. Secret professionnel
4. Les différents contrats
5. Travail intermittent

**C. Régime de travail**

1. Durée du travail
2. Rémunération
3. Négociation annuelle
4. Formation
5. Déplacements professionnels
6. Congés annuels
7. Maladie, maternité et accident du travail
8. Ancienneté

**D. Rupture du contrat de travail**

1. Démission
2. Suppression d'emploi
3. Procédure de licenciement
4. Discipline
5. Règlement des différends
6. Départ à la retraite

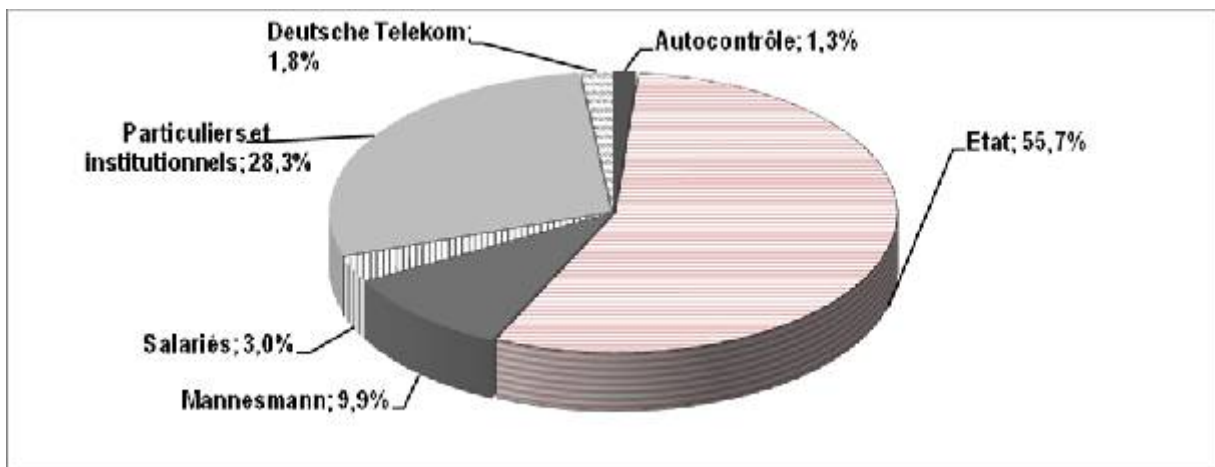
## PARTIE 2

Questions 6 à 11

- Prenez connaissance des documents 1, 2 et 3 suivants.
- Vous devez compléter deux phrases pour chacun de ces documents.
- Pour chaque question 6 à 11, cochez sur la fiche la réponse A, B, C ou D qui vous paraît exacte.

## Document 1

## Situation du capital de France Télécom, après le rachat d'Orange



Source : Le Figaro économique

Question 6

Ce graphique apporte des informations sur :

- A. l'importance du capital de France Télécom.
- B. la croissance de la part de l'Etat dans le capital de France Télécom.
- C. la nouvelle répartition du capital de France Télécom entre les actionnaires.
- D. la part d'Orange dans le capital de France Télécom.

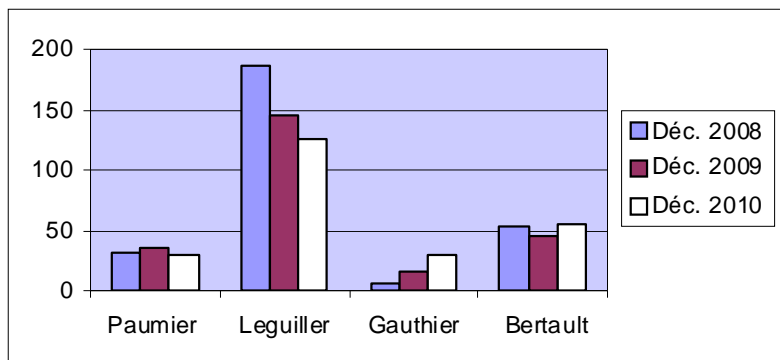
Question 7

Ce graphique nous apprend que :

- A. la part du capital détenu par les salariés progresse.
- B. les particuliers et les institutionnels représentent plus du quart du capital.
- C. l'Etat n'est plus majoritaire dans le capital de France Télécom.
- D. France Télécom possède 9,9 % du capital de Mannesmann.

## Document 2

## Cotations des titres des quatre sociétés du groupe Hérault (en euros).

**Question 8**

Ce document apporte des informations sur l'évolution :

- A. des parts de marché des sociétés du groupe Hérault.
- B. des résultats financiers des sociétés du groupe Hérault.
- C. du chiffre d'affaires des sociétés du groupe Hérault.
- D. du cours des actions des sociétés du groupe Hérault.

**Question 9**

Ce document nous apprend que :

- A. le titre Paumier a connu une croissance continue de son cours entre décembre 2008 et décembre 2010.
- B. après une chute significative de son cours entre décembre 2008 et décembre 2009, le titre Gauthier a connu un rebond l'année suivante.
- C. le cours du titre Leguiller n'a cessé de baisser entre décembre 2008 et décembre 2010.
- D. le cours du titre Bertault a connu une légère diminution entre décembre 2009 et décembre 2010 après une hausse spectaculaire l'année précédente.

## Document 3

**Sondage auprès de jeunes (18-24 ans)**

Dans quels secteurs pensez-vous travailler dans les années à venir ?

• L'informatique, les nouvelles technologies, les télécoms	24
• Le commerce, la distribution	24
• La santé, la pharmacie	19
• L'industrie (automobile, bâtiment, énergie..)	17
• L'humanitaire	16
• Les transports, le tourisme	16
• L'enseignement	16
• Autres : sport, environnement, culture, ...	54

(2 réponses ont été possibles)

(Données exprimées en %)

Source : *Enjeux n° 149*

**Question 10**

Ce tableau présente :

- A. l'évolution des mentalités des jeunes.
- B. les secteurs d'activité privilégiés par les jeunes.
- C. les perspectives offertes aux jeunes par les entreprises.
- D. les secteurs professionnels où on embauche le plus de jeunes.

**Question 11**

On remarque que :

- A. l'industrie est plus prisée que les métiers éducatifs.
- B. les nouvelles technologies attirent moins les jeunes que le commerce.
- C. l'humanitaire est plébiscité par les jeunes.
- D. une majorité de jeunes ne se prononce pas.

## PARTIE 3

Questions 12 à 15

- Dans le texte suivant, quatre phrases ont été supprimées.
- Vous devez retrouver chacune d'entre elles parmi les six phrases A à F proposées.
- Pour chaque question 12 à 15, cochez sur la fiche la phrase A à F la plus appropriée.

**COMPTE RENDU DE MISSION (extrait)****Salon International des Arts de la Table  
Madrid, 10-16 janvier**

Pour sa troisième édition, le salon international des arts de la table réunissait 150 exposants, soit une augmentation de 50% en trois ans, selon les chiffres publiés récemment par notre syndicat.  
(12)\_\_\_\_\_.

La notoriété de ce salon se confirmant, notre présence y apparaît indispensable. En effet, outre le bénéfice d'image, cette manifestation présente pour notre entreprise de nombreux autres avantages, notamment grâce à ses deux journées exclusivement réservées aux professionnels. C'est en effet l'occasion de rencontrer nos clients et fournisseurs habituels mais aussi de prospecter à une échelle internationale sans avoir à déployer notre force de vente.  
(13)\_\_\_\_\_.

Du point de vue des contacts établis, nous avons rencontré dix nouveaux revendeurs de quatre nationalités différentes (*voir fichier prospects en annexe A*).  
(14)\_\_\_\_\_. Ils proposent des prix de 10% inférieurs à ceux de certains de nos fournisseurs habituels, tout en offrant de réelles garanties de qualité.

Par ailleurs, nous avons renoué le contact avec deux clients qui étaient partis à la concurrence : les magasins "Table d'aujourd'hui" et "Ici et Là".

Enfin, nous avons signé les contrats restés en suspens depuis juin dernier. Il convient de souligner que deux d'entre eux sont des contrats d'exclusivité. Si ces deux journées professionnelles justifient à elles seules notre présence au salon, il ne faut pas cependant négliger les journées ouvertes au grand public qui permettent en particulier de repérer les tendances dominantes des consommateurs.  
(15)\_\_\_\_\_. C'est ce que montre l'étude réalisée par mon service (*annexe B*).

Olivier Legrand  
Directeur commercial



**Phrases A à F**

- A.** Ceux-ci nous ont confirmé l'augmentation de leurs tarifs.
- B.** En terme commercial, cela représente un gain de temps et de moyens considérable.
- C.** La fréquentation du public a, d'après la même source, plus que quadruplé.
- D.** En dépit du coût élevé, la participation à ce salon s'avère donc profitable pour notre entreprise.
- E.** Nous avons pris contact avec deux nouveaux fournisseurs.
- F.** Par conséquent, la concurrence apparaît de plus en plus rude dans notre secteur.

Pour chaque question **16 à 30**, cochez sur la fiche la réponse **A à D** qui vous paraît exacte.

**Question 16**

Un artisan achète du matériel professionnel à l'un de ses fournisseurs et doit régler la facture en trois fois. Des difficultés financières l'empêchent d'effectuer le dernier versement à la date fixée. L'artisan demande à son fournisseur :

- A. un délai d'attente
- B. un report de décision
- C. un report d'échéance
- D. un report de mensualités

**Question 17**

Votre solde bancaire est malheureusement négatif depuis plusieurs jours. A la fin du mois, vous devrez payer :

- A. des acomptes
- B. des points de pénalité
- C. des agios
- D. un retard d'impayés

**Question 18**

Vous désirez créer une entreprise avec deux associés. Vous allez plutôt choisir :

- A. une SARL
- B. une EURL
- C. une SA
- D. une SAS

**Question 19**

Vous venez de mettre au point un nouveau produit utilisable pour le nettoyage industriel. Vous souhaitez conserver l'exclusivité de votre invention. Vous devez :

- A. déposer un brevet
- B. acheter une licence
- C. conclure un contrat de protection
- D. signer un contrat de propriété

**Question 20**

Vous versez une partie du montant de la facture à la commande. Il s'agit :

- A. de soldes
- B. d'arrhes
- C. d'avoir
- D. d'avance

**Question 21**

Vous souhaitez quitter l'entreprise dans laquelle vous travaillez, vous devez :

- A. licencier
- B. vous retirer
- C. prendre votre retraite
- D. démissionner

**Question 22**

Vous voulez savoir si le produit de beauté que le service *recherche et développement* de votre société envisage de concevoir se vendra bien. Vous organisez :

- A. une consultation
- B. une étude de marché
- C. une campagne publicitaire
- D. un publipostage

**Question 23**

Pour améliorer la productivité de votre entreprise, vous remplacez les anciennes machines par de nouvelles machines plus performantes. Vous réalisez :

- A. des réserves
- B. des investissements
- C. des intérêts
- D. des amortissements

**Question 24**

Votre société, spécialisée dans la fabrication de copieurs, décide de faire fabriquer certaines pièces de vos appareils par deux autres entreprises. Elle a donc recours à :

- A. des donneurs d'ordre
- B. des sous-traitants
- C. des holdings
- D. des conglomérats

**Question 25**

Vous venez de créer une entreprise et vous devez recruter un comptable. Celui-ci sera chargé notamment :

- A. du suivi des créances
- B. du recrutement des intérimaires
- C. du respect du règlement intérieur
- D. du service après-vente

**Question 26**

Chaque année, vous êtes chargé(e) de contrôler les stocks de votre magasin. Vous procédez à :

- A. une analyse
- B. un recensement
- C. un inventaire
- D. un comptage

**Question 27**

Vous êtes représentant des produits de beauté L'OREAL et votre chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter. Conformément aux termes de votre contrat, vous percevez :

- A. une commission
- B. des honoraires
- C. un traitement
- D. des appointements

**Question 28**

Afin de rénover les locaux de vos ateliers, vous faites appel à deux entreprises artisanales différentes. Vous arrêtez votre choix après leur avoir demandé :

- A. une proposition commerciale
- B. un devis
- C. une facture
- D. une lettre d'engagement

**Question 29**

Vous exercez votre activité dans le secteur industriel. Afin de rester compétitif, vous effectuez régulièrement une veille technologique de :

- A. vos concurrents
- B. vos clients
- C. vos fournisseurs
- D. votre personnel

**Question 30**

Une grève chez votre fournisseur a retardé la livraison qu'il devait vous faire. Vous lui écrivez pour lui indiquer que vous avez subi un préjudice et pour lui demander :

- A. un dédommagement
- B. un financement
- C. une compensation
- D. une réparation

## PARTIE 1

**Question 31**

- Résumez le texte suivant en **100 – 130** mots.

**VALORISER SES MESSAGES À L'INTERNATIONAL**

A l'heure de la mondialisation et des fusions-acquisitions, une bonne communication est fondamentale pour réussir sur les marchés extérieurs. Pourtant, les entreprises - et notamment les PME - estiment encore trop souvent que la traduction n'est qu'un moyen secondaire dans leur stratégie de développement.

Pourtant, donner d'emblée une mauvaise impression de la firme, distribuer une plaquette truffée d'erreurs, sont autant d'obstacles au développement des affaires.

Dans la jungle de l'offre des traducteurs, comment l'entreprise peut-elle dénicher la perle rare, susceptible de répondre au mieux à ses besoins ?

Pour sélectionner un traducteur, le bouche à oreille fonctionne bien. Autre piste : faire appel à des organismes spécialisés, comme la Fédération internationale des traducteurs (FIT) ; mais toutes les entreprises ne font pas appel à de tels organismes.

Depuis quelques années, afin de réduire leurs frais de traduction et en raison du développement d'Internet, la plupart des grandes entreprises externalisent leurs traductions.

De leur côté, les PME s'adressent, en général, à une agence de traduction, dont elles apprécient la rapidité et la polyvalence puisqu'en fonction de leurs compétences, les agences peuvent traduire aussi bien des documents sur la menuiserie que sur le nucléaire.

Si l'entreprise choisit de s'adresser à un traducteur libéral, elle doit sélectionner un spécialiste du sujet, seule façon d'éviter de lourdes erreurs.

Pour traduire leurs documentations, nombre de grandes entreprises recourent aux logiciels de traduction assistée par ordinateur. Ce sont des produits dotés d'une puissante mémoire qui enregistre le travail du traducteur humain, constituant une sorte de base de données réutilisable par la suite.

Des firmes proposent aussi aux clients des logiciels de "traduction automatique". Mais, en dépit des améliorations technologiques, il est clair que ces logiciels, aussi élaborés soient-ils, ne permettent pas aujourd'hui de traduire comme le ferait un humain.

C'est pourquoi, conscientes que tout texte traduit automatiquement doit être relu, certaines sociétés proposent une offre-globale : logiciel plus traducteur humain.

Dans tous les cas, traducteur humain ou pas, un travail de relecture doit être fait par un natif et expert du secteur concerné.

*D'après LE MOCIN° 1429*

Nom \_\_\_\_\_ Prénom \_\_\_\_\_ N° identification \_\_\_\_\_

**Question 31**

**Résumé**

**PARTIE 2****Question 32****La situation**

Vous travaillez à la direction commerciale du Groupe VITALIS, sous la responsabilité de Madame Valérie BESSON.

Le Groupe VITALIS produit des boissons (eaux minérales, jus de fruits, boissons pétillantes, aromatisées, etc.) qu'il exporte dans le monde entier.

Madame BESSON vous transmet ce jour la télécopie envoyée par un client récent, les Etablissements L.C.R. (*annexe 1*) et vous demande d'y répondre selon ses instructions manuscrites (*annexe 2*).

La lettre que vous écrirez sera signée par Madame BESSON.

**Votre travail**

- Rédigez la lettre de réponse aux Etablissements L.C.R. à l'aide des instructions données.
- Vous pouvez vous aider du tableau des expressions de la correspondance commerciale (*annexe 3*).
- Vous devez écrire votre lettre sur la feuille ci-jointe.

## Annexe 1

**Communication par télécopie**

De : Monsieur Jacques MORGAN  
Établissements L.C.R.  
1054 Autoroute Chomedey  
LAVAL - QUEBEC H7W4V3

à : Direction commerciale  
GROUPE VITALIS  
Route nationale 113  
F - 30130 VERGEZE

**Message**

Suite à notre première commande, les boissons VITALIS ont suscité un certain intérêt parmi nos clients.

Deux remarques :

- le format (75 cl et 1 litre) n'est pas courant ici ; il est plus généralement de 1,5 et 2 litres.
- le consommateur préfère des emballages carton ou verre, recyclables, au lieu de plastique.

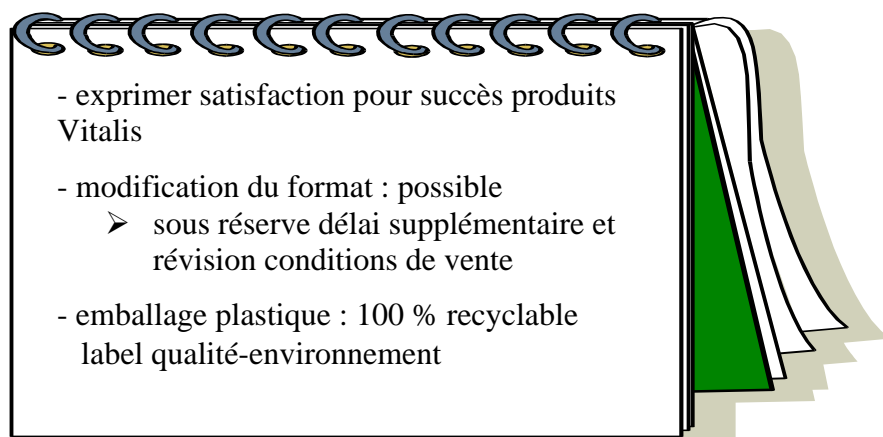
Des modifications sont-elles possibles pour nos futures commandes ?

Merci de votre réponse.

Bien cordialement

Jacques MORGAN  
Responsable commercial

## Annexe 2





Annexe 3

**Les expressions de la correspondance commerciale**

Quand j'écris une lettre commerciale

**JE COMMENCE SOUVENT PAR ME REFERER A QUELQUE CHOSE :**  
Lettre, télex, annonce, entretien téléphonique, rencontre, offre... :

<ul style="list-style-type: none"> <li>. Nous avons bien reçu / Nous venons de recevoir / Nous accusons réception de / Nous avons pris connaissance de / Nous nous référons à / Nous avons pris bonne note de / Nous vous remercions de</li> <li>. En référence à / Nous référant à / En réponse à / Suite à</li> </ul>	<p>votre lettre du ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. par laquelle vous nous informez que...+ verbe</li> <li>. nous informant que ... + verbe</li> <li>. relative à ... + nom</li> <li>. se rapportant à ... + nom</li> <li>. concernant ... + nom</li> </ul>
<p>. Par votre lettre du .... , vous nous informez que ... + verbe</p>		
<p>. Votre lettre du ... nous est bien parvenue. / a retenu notre attention</p>		

**JE DIS QUE J'INFORME.**

- . Nous vous informons que nous acceptons votre demande de prorogation.
- . Nous vous informons de la modification des horaires d'ouvertures de nos bureaux
- . Nous vous faisons savoir / précisons / indiquons / rappelons que nous vous paierons par chèque.
- . Nous vous faisons connaître nos nouveaux tarifs.
- . Nous vous adressons / fournissons des indications / renseignements sur cet appareil.
- . Veuillez prendre bonne note de cette majoration de 5 %.

**PARFOIS J'ANNONCE UN ENVOL.**

<ul style="list-style-type: none"> <li>. Veuillez trouver,</li> <li>. Vous trouverez,</li> <li>. Nous vous envoyons / adressons / faisons parvenir,</li> </ul>	<p>ci-joint, ci-inclus, sous ce pli, sous pli séparé,</p>	<p>la facture n°....</p>
<p>Nous vous expédions les articles demandés</p>		

**J'APPORTE UNE RESTRICTION.**  
La prudence me dicte cette formulation

- . A notre avis, il serait imprudent de...
- . A titre indicatif, nous vous informons...
- . D'une manière générale, nous demandons...
- . Sauf erreur de notre part, vous devez...
- Exceptionnellement, nous consentons à...
- . Sans engagement de notre part, vous pouvez...
- . A titre exceptionnel, nous acceptons...
- . Il nous semble que votre proposition est...

**JE FORMULE MA DEMANDE**

- De manière plus ou moins polie ou ferme selon les circonstances :
- . Vous nous obligeriez en acceptant de proroger l'échéance.
  - . Nous vous serions obligés ( ) nous faire connaître votre / reconnaissants de ( ) réponse dans les plus ( ) brefs délais
  - . Nous vous saurions gré de ( ) brefs délais
  - . Des informations complémentaires nous seraient utiles.
  - . Nous aimerions / souhaiterions / désirerions recevoir votre dernier catalogue.
  - . Je vous prie de (bien vouloir) prendre bonne note de cette modification.
  - . Veuillez me confirmer votre réponse par retour du courrier.
  - . Vous voudrez bien nus retourner les pièces jointes.
  - . Nous vous demandons de (bien vouloir) procéder à un envoi immédiat.
  - . Nous réclamons / exigeons des dommages intérêts pour le préjudice causé.
  - . Nous vous mettons en demeure de nous payer dans les 48 heures.

**D'AUTRES FOIS, J'AI A CONFIRMER.**

- . Je vous confirme notre rendez-vous...
- . Comme convenu, le règlement se fera par chèque...
- . Comme vous me l'avez demandé, la livraison sera effectuée dans les huit jours...
- . Conformément à notre accord, le transport s'effectuera franco domicile...

**JE FAIS DES PROMESSES POUR RASSURER.**

- . Vous pouvez compter sur / être assuré de notre complète discrétion.
- . Nous vous assurons / Soyez persuadé que le nécessaire sera fait.
- . Nous nous engageons à vous livrer sous huitaine
- . Si vos conditions sont avantageuses. Nous vous passerons commande...

Annexe 3 (suite)

Si tout va bien

JE DIS MA SATISFACTION.

- . Nous sommes heureux de vous annoncer l'envoi de...
- . Nous avons le plaisir de vous donner satisfaction...
- . Nous nous empressons de répondre à votre offre...

JE MANIFESTE DE L'INTERÊT,  
JE DIS MON INTENTION.

. Nous sommes intéressés par . Nous nous intéressons à	vosre offre du...
. Votre offre du ...	nous intéresse (vivement). nous a (particulièrement) intéressés.
. Nous avons l'intention de . Nous souhaiterions	vous commander ...

S'il y a des problèmes

JE DIS MON REGRET.

- . Nous regrettons de ne pas pouvoir vous satisfaire.
- . Nous avons le regret de vous annoncer la fermeture de...
- . Nous sommes au regret de devoir arrêter la production...

J'EXPRIME L'OBLIGATION.

Elle justifie une décision désagréable ou permet de menacer mon correspondant.

. La crise actuelle nous . Cette faillite nous	oblige / contraint	à reporter notre décision
. Nous sommes/ Nous nous voyons/ Nous nous trouvons . A défaut de règlement / Dans le cas contraire, nous serions /	contraints / obligés / dans l'obligation / dans la nécessité	de remettre votre dossier au service du contentieux

IL M'EST POSSIBLE DE ...

Je lui dis qu'

Je lui dis qu'IL M'EST IMPOSSIBLE DE ...

c'est-à-dire que je refuse ce qui a été demandé

- . Nous (ne) pouvons (pas) vous donner satisfaction.
- . Nous (ne) sommes (pas) en mesure de vous consentir ce prêt...
- . Nous sommes dans l'impossibilité de respecter les délais...

J'ACCEPTE.

. Nous acceptons	vosre proposition...
. Nous consentons à . Nous sommes prêts à . Nous sommes disposés à	vous offrir...

JE FAIS UNE CONTRE-PROPOSITION.

. Toutefois / Néanmoins . En revanche / Par contre,	nous pouvons	vous accorder une remise de 5 %
--	--------------	---------------------------------

JE REMERCIE

Pour l'avantage qui a été ou sera obtenu

. Nous vous remercions de votre aimable invitation et . Nous vous en remercions d'avance/par avance et . Nous vous adressons/renouvelons nos remerciements et	nous vous prions de recevoir, ... nos salutations distinguées.
---	--

Et pour respecter les règles sociales,

PRESENTÉ MES EXCUSES

Pour l'avantage refusé ou le dommage causé :

. Nous vous présentons /renouvelons (toutes) nos excuses pour ce retard	
. Nous vous prions de . Vous voudrez bien . Veuillez	nous excuser pour cet oubli nous excuser de vous avoir livré avec retard
. Avec toutes nos excuses pour ce retard.	

Nom \_\_\_\_\_ Prénom \_\_\_\_\_ N° identification \_\_\_\_\_

**Question 32**

**Lettre**

GROUPE VITALIS  
Route nationale 113  
F - 30130 VERGEZE

**PARTIE 1**

- Vous allez entendre cinq courtes informations radiophoniques, chacune traitant d'un sujet différent.
- Vous devez indiquer le sujet auquel se rapporte chaque information.
- Pour chaque question **1** à **5**, cochez sur la fiche la réponse **A** à **H** qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre ces informations deux fois.

**Questions 1 à 5**

- |        |                                   |
|--------|-----------------------------------|
| 1. ... | A. Marchés financiers             |
| 2. ... | B. Marchés des matières premières |
| 3. ... | C. Banque                         |
| 4. ... | D. Formation                      |
| 5. ... | E. Automobile                     |
|        | F. Conjoncture économique         |
|        | G. Recrutement                    |
|        | H. Fiscalité                      |

**PARTIE 2**

- Vous allez entendre cinq personnes, qui parlent des objectifs de leur entreprise.
- Vous devez indiquer à quel objectif se réfère chacune de ces personnes.
- Pour chaque question **6** à **10**, cochez sur la fiche la réponse **A** à **H** qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre ces personnes deux fois.

**Questions 6 à 10**

- |                |   |
|----------------|---|
| <b>6. ...</b>  | <b>A. Conquérir de nouveaux marchés</b>           |
| <b>7. ...</b>  | <b>B. Accueillir un nouveau collaborateur</b>     |
| <b>8. ...</b>  | <b>C. Simplifier une procédure</b>                |
| <b>9. ...</b>  | <b>D. Répartir le travail</b>                     |
| <b>10. ...</b> | <b>E. Poursuivre une politique de performance</b> |
|                | <b>F. Restructurer l'entreprise</b>               |
|                | <b>G. Se préparer à vivre une mutation</b>        |
|                | <b>H. Améliorer la qualité</b>                    |



**Questions 17-18** - *Dans un bureau*

**17.** Les produits de la gamme « LINEA » sont beaucoup moins chers que ceux de la concurrence.

**A.** Vrai

**B.** Faux

**C.** Non mentionné

**18.** Béatrice DUPONT a déjà fixé la date du prochain rendez-vous avec Monsieur LEJEUNE.

**A.** Vrai

**B.** Faux

**C.** Non mentionné

**PARTIE 4**

- Vous allez entendre un extrait de l'interview du PDG d'un site de recrutement sur Internet.
- Pour chaque question **19** à **25**, vous devez compléter les phrases en cochant sur la fiche la réponse **A**, **B**, **C** ou **D** qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre cet entretien deux fois.

**Questions 19 à 25**

**19. Le site reçoit de nombreux CV chaque jour, en moyenne :**

- A. 100
- B. 300
- C. 700
- D. 1 000

**20. Le site propose, entre autres services :**

- A. une aide à la rédaction du CV
- B. des conseils pour l'entretien
- C. des lettres-types
- D. une analyse de la lettre de candidature

**21. Ce qui explique notamment le succès des sites de recrutement, c'est :**

- A. le moindre coût d'un recrutement
- B. la rapidité des échanges entre recruteurs et candidats
- C. la raréfaction des offres d'emploi classiques
- D. la simplification des procédures de recherche d'emploi

**22. D'après l'interviewé, Internet va faciliter :**

- A. la concurrence des salaires
- B. l'évolution des carrières
- C. la mobilité des salariés
- D. les relations professionnelles

**23. Aux Etats-Unis, combien de salariés ont leur CV sur un site ?**

- A. 25 %
- B. 45 %
- C. 85 %
- D. 95 %

**24. Les conseils donnés par l'interviewé s'adressent :**

- A. aux cabinets de recrutement
- B. aux candidats
- C. aux concepteurs de sites
- D. aux entreprises

**25. Il est recommandé de mettre dans un CV :**

- A. des mots-clés
- B. des formules usuelles
- C. des objectifs clairs
- D. des références



## TRANSCRIPTION DES ENREGISTREMENTS

## PARTIE 1

- Vous allez entendre cinq courtes informations radiophoniques, chacune traitant d'un sujet différent.
- Vous devez indiquer le sujet auquel se rapporte chaque information.
- Pour chaque question 1 à 5, cochez sur la fiche la réponse A à H qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre ces informations deux fois.

Vous avez 20 secondes pour lire les questions 1 à 5.

*Pause : 00'20''*

**Question 1.** Au lendemain de la réunion du G7 à Prague, le Président de la Commission Européenne lance un appel pour une baisse du prix du pétrole. Il a demandé aux pays producteurs de ramener le baril à un niveau plus rationnel afin de ne pas augmenter le prix de l'essence.

*Pause : 00'5''*

**Question 2.** Selon notre étude, plus d'un foyer sur quatre possède deux voitures. Parmi 43 % de ces foyers multimotorisés, le second véhicule, petit et plus compact, est celui de la femme.

*Pause : 00'5''*

**Question 3.** La croissance dans la zone euro a baissé de 0.6 point chaque trimestre depuis le début de l'année. Les conséquences de la diminution des exportations commencent à se faire sentir et se traduisent par un ralentissement des investissements dans le secteur industriel. Toutefois, quelques éléments positifs limitent la morosité de ces perspectives. Les dépenses des ménages en produits manufacturés augmentent régulièrement depuis juin.

*Pause : 00'5''*

**Question 4.** Le ministre des Finances devrait dévoiler prochainement son plan, sur trois ans, de baisse de l'impôt sur le revenu. Par contre, les taxes prélevées sur l'alcool et le tabac devraient augmenter légèrement. Le gouvernement souhaite restaurer la confiance entre l'Etat et les contribuables.

*Pause : 00'5''*

**Question 5.** Avec le retour de la croissance, les patrons ont de plus en plus de mal à trouver du personnel qualifié, particulièrement dans certains secteurs d'activité tels que le bâtiment et la restauration. Après les années de crise pendant lesquelles les patrons étaient habitués à recevoir un nombre impressionnant de curriculum vitae à chaque offre d'emploi, ceux-ci vont devoir faire des efforts pour attirer des candidats à l'embauche.

*Pause : 00'5''*

Deuxième écoute de la partie 1.

Fin de la partie 1. Vous avez 10 secondes pour contrôler vos réponses.

## PARTIE 2

- Vous allez entendre cinq personnes qui parlent des objectifs de leur entreprise.
- Vous devez indiquer à quel objectif se réfère chacune de ces personnes.
- Pour chaque question **6** à **10**, cochez sur la fiche la réponse **A** à **H** qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre ces personnes deux fois.

Vous avez **20** secondes pour lire les questions **6** à **10**.

*Pause : 00'20''*

**Question 6.** Depuis la création de notre société, notre chiffre d'affaires a progressé régulièrement et notre marge a augmenté de 3 % chaque année, grâce aux efforts de l'ensemble de nos salariés et grâce à notre politique de développement. Je vous demande de tout mettre en œuvre pour atteindre les mêmes objectifs dans les années à venir.

*Pause : 00'5''*

**Question 7.** Pour répondre aux exigences de nos clients et faire face à la concurrence de plus en plus vive, nous nous sommes engagés à réduire le nombre d'erreurs de fabrication de nos chaînes, dans nos ateliers. Nous devons être à même de produire avec zéro défaut d'ici à deux ans.

*Pause : 00'5''*

**Question 8.** Notre service va s'agrandir puisque nous venons de recruter un commercial pour développer nos activités. Il prendra ses fonctions lundi. En mon absence, vous serez chargé(e) de l'aider à s'installer et de lui présenter le service.

*Pause : 00'5''*

**Question 9.** Pour les commandes, il est évident que nous devons revoir notre organisation ; les imprimés en trois exemplaires à faire viser par je ne sais combien de personnes, ça suffit ! Désormais, le bon de commande arrivera directement au responsable technique qui suivra l'opération jusqu'à la fin.

*Pause : 00'5''*

**Question 10.** Afin d'améliorer l'organisation, le personnel de notre service sera amené à travailler en région parisienne. Ce changement devrait avoir lieu dans six mois. Nous vous demandons donc, dès maintenant, de vous organiser autant professionnellement que dans votre vie privée pour une insertion réussie dans cette région.

*Pause : 00'10''*

Deuxième écoute de la partie 2.

Fin de la partie 2. Vous avez 10 secondes pour contrôler vos réponses.

## PARTIE 3

- Vous allez entendre quatre communications provenant de lieux différents.
- Il vous est proposé deux affirmations concernant chaque communication.
- Vous devez indiquer si ces affirmations sont vraies ou fausses. Si ce que vous entendez ne donne pas suffisamment d'informations pour répondre « **Vrai** » ou « **Faux** », choisissez « **Non mentionné** ».
- Pour chaque question **11** à **18**, cochez sur la fiche la réponse **A**, **B**, ou **C** qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre ces communications deux fois.

Vous avez **40** secondes pour lire les questions **11** à **18**.

*Pause : 00'40''*

**Questions 11-12 - Au téléphone**

- A. Société GRP, bonjour !
  - B. Bonjour. Je suis Bernard LEGROS. Je voudrais parler à Monsieur LEBLOND, s'il vous plaît.
  - C. Je regrette, mais Monsieur LEBLOND est actuellement en mission à l'étranger. Il ne rentrera que dans trois jours. Souhaitez-vous lui laisser un message ?
  - D. Oui, s'il vous plaît. Nous recevons à partir du 12 octobre un groupe de dix ingénieurs danois qui souhaiteraient visiter votre entreprise. Monsieur LEBLOND serait-il d'accord pour les recevoir ?
  - E. Je prends note de votre demande mais je crains que ce soit difficile. Monsieur LEBLOND sera très occupé en octobre. Il vaudrait mieux que vous le rappeliez à son retour.
- A. Très bien. A quel moment puis-je l'appeler ?
  - A. Disons... vendredi vers 14 heures.
  - B. D'accord. Je vous remercie, Madame, au revoir.
  - A. Au revoir Monsieur.

*Pause : 00'5''*

**Questions 13-14 - Dans un bureau**

- A. Bonjour Dominique.
- B. Bonjour Christine.
- A. Vous avez fini le rapport que je vous ai demandé ?
- B. Non. Je n'ai pas encore tous les détails sur les chiffres de ventes.
- A. Quand les aurez-vous ?
- B. Frédéric, du service commercial, doit me les remettre cet après-midi.
- A. Très bien. N'oubliez pas que je dois présenter ce rapport vendredi à la direction générale.
- B. Je sais. Je pense pouvoir le terminer ce soir et vous le remettre demain. Cela vous convient ?
- A. C'est parfait. J'ai une réunion à 8 heures 30. Je vous attends donc à 10 heures.

*Pause : 00'5''*

**Questions 15-16 - Au téléphone**

F. Monsieur LARBRE ?

A. C'est lui-même.

G. Bonjour. Sylvie LEBERT, service comptable de la société ELECTROCAR. Je vous appelle car nous n'avons toujours pas reçu le paiement de votre dernière commande.

A. Mais, nous nous étions mis d'accord pour un paiement à 30 jours.

A. Oui, mais ce délai est maintenant dépassé de quinze jours et c'est le troisième incident de paiement de votre part depuis le début de l'année. Si vous le souhaitez, nous pouvons renégocier notre accord commercial.

B. Non, non, je vais immédiatement donner des instructions au service comptable pour que vous soyez payé dans les meilleurs délais.

A. Je vous remercie.

B. C'est moi qui vous remercie.

*Pause : 00'5''*

**Questions 17-18 - Dans un bureau**

H. Monsieur LEJEUNE, bonjour. Je suis Béatrice DUPONT.

A. Bonjour, Madame.

I. Je viens vous proposer d'enrichir votre catalogue avec notre nouvelle gamme « LINEA ». Ces produits sont le fruit des recherches les plus récentes en cosmétique.

A. J'ai entendu parler de vos produits, mais sont-ils vraiment efficaces ? Vous savez que ma clientèle est très exigeante...

A. Ecoutez, depuis le lancement de cette gamme, nous n'avons reçu que des appréciations très positives de la part de nos acheteurs, en France, en Allemagne, en Italie, mais aussi aux Etats-Unis.

B. Bien, je dois réfléchir... mon catalogue est déjà très complet. Et puis il y a la question du prix.

A. Mais, pour les prix, nous sommes très bien placés par rapport à la concurrence.

B. Vous avez une documentation sur cette gamme ?

A. Bien sûr ! Je vous laisse ce dossier que j'ai préparé pour vous.

B. Merci.

A. Quand puis-je vous recontacter pour avoir votre sentiment sur ces nouveaux produits ?

B. Disons dans quinze jours.

A. C'est entendu. Au revoir.

*Pause : 00'10''*

Deuxième écoute de la partie 3.

Fin de la partie 3. Vous avez 10 secondes pour contrôler vos réponses.

## PARTIE 4

- Vous allez entendre un extrait de l'interview du PDG d'un site de recrutement sur Internet.
- Pour chaque question **19** à **25**, vous devez compléter les phrases en cochant sur la fiche la réponse **A**, **B**, **C** ou **D** qui vous paraît exacte.
- Vous allez entendre cette interview deux fois.

Vous avez 40 secondes pour lire les questions **19** à **25**.

*Pause : 00'40''*

### *Vous avez créé le premier site français de l'emploi sur Internet ?*

Oui, et nous comptons 700 000 visites chaque mois. C'est un développement impressionnant puisque 300 nouveaux CV viennent l'enrichir chaque jour.

### *Quels services proposez-vous ?*

Nous proposons un véritable outil de gestion de carrière pour les candidats. L'éventail des services proposés permet d'accéder à l'une des premières bases d'annonces en France et de recevoir par mail celles qui correspondent à son profil. Depuis le début de l'année, nous proposons également des services interactifs, comme le diagnostic de la lettre de motivation.

### *Comment expliquer le succès des sites de recrutement en ligne ?*

Au départ, il s'agit de la rencontre idéale entre deux phénomènes : d'une part, l'explosion du marché du travail ; d'autre part, l'explosion des demandes, sur le marché de l'emploi, pour des profils familiarisés avec l'outil internet depuis des années, c'est-à-dire les professions de l'informatique et des télécoms.

Aujourd'hui, le succès des sites de recrutement vient des avantages qu'ils procurent à la fois aux recruteurs et aux candidats, dans un cadre de relations classiques, avec envoi de CV suivi d'un entretien. Pour tout le monde, Internet apporte plus de quantité, de rapidité et de confort.

### *Le recrutement en ligne va-t-il modifier le monde du travail ?*

Internet est en train de créer un monde très libéral, où les gens vont changer plus souvent et plus facilement d'emploi. Ce phénomène risque de bouleverser notre rapport au travail et à l'entreprise.

Aux Etats-Unis, 85 % des salariés ont leur CV sur un site, même s'ils ne sont pas en recherche active. Cela veut dire qu'ils sont ouverts aux opportunités qui se présentent. Dans ces conditions, le rapport de force entre le salarié et l'entreprise s'est inversé : le candidat devient un client et c'est à l'entreprise de le séduire... et de le garder.

### *Quels conseils donner à ceux qui veulent optimiser leur recherche d'emploi sur Internet ?*

Il faut qu'ils choisissent un site connu et reconnu, qui assure le respect des données personnelles et qui soit sérieux sur la validité des offres qu'il propose. Il faut également qu'ils recherchent les sites qui se positionnent sur des secteurs professionnels, car c'est un bon moyen de trouver des offres adaptées à son profil. Enfin, les candidats doivent s'appliquer à faire valoir leurs compétences de façon claire en introduisant dans leur CV des termes significatifs qui attirent l'attention des recruteurs.

*00'10''*

Deuxième écoute de la partie 4.

Fin de la partie 4.

Vous disposez de 8 minutes pour reporter vos réponses sur la fiche de réponses.

7'

Vous avez encore 1 minute.1'. C'est la fin de l'épreuve.

**EPREUVE 1****Préparation : 30 minutes****Présentation : 15 minutes**

Le candidat rend compte en français d'un document écrit dans sa langue maternelle et se rapportant au monde de l'entreprise.

Ce document est un texte de 400 à 700 mots, à dominante informative. Il concerne un aspect de la vie ou de l'environnement de l'entreprise.

Le document choisi peut être de différente nature : article de presse ou document professionnel (lettre, rapport, compte rendu, etc.). Il peut être complété de tableaux et de graphiques.

Le candidat ne doit pas traduire, mais restituer l'essentiel des informations contenues dans ce document. Si nécessaire, l'examineur intervient pour l'aider, notamment pour la traduction de certains termes ou alors pour demander des précisions ou des compléments d'informations.

*L'examineur rencontre le candidat pendant 15 minutes.*

***Exemple d'épreuve*****La situation**

Vous travaillez au service commercial d'une entreprise française. Vous avez reçu un document en anglais "Kid Gloves" qui traite de la publicité destinée aux enfants. Vous en informez votre collègue non-anglophone, chargé(e) de la publicité dans votre service.

**Votre travail**

- A partir du document ci-joint, vous devez transmettre en français, à votre collaborateur(trice) français(e), l'essentiel des informations contenues dans ce document.
- *Vous allez rencontrer votre interlocuteur pendant 15 minutes environ.*

## BUSINESS

Advertising to children  
Kid gloves

NEW YORK

Pressure is growing to ban advertising aimed at children. Do such clampdowns make sense?

FROM an advertiser's viewpoint, children are a splendid audience. They watch lots of television; they spend lots of pocket money; they go shopping with Mum, and nag her to death to buy the latest fad in breakfast cereal or fizzy drinks. No wonder many folk worry about the influence of marketing on minors. Increasingly, campaigners are demanding that countries impose restrictions on advertising aimed at children.

Thus the newly senatorial Hillary Clinton wants to introduce a bill empowering America's Federal Trade Commission to stop "unfair" marketing to children, especially to under-fives. In Europe, legislation to curb marketing to children is spreading. Greece, where all toy advertising on television is banned between 7am and 10pm, has considered extending the ban to all products aimed at children. Italy, Poland, Belgium and Ireland are all debating the issue. Tougher measures may lie ahead: Sweden, where TV advertising aimed at children under 12 has been illegal since 1991, plans to use its six months in the president's chair of the European Union to encourage a tightening of the EU's relatively liberal rules on TV advertising.

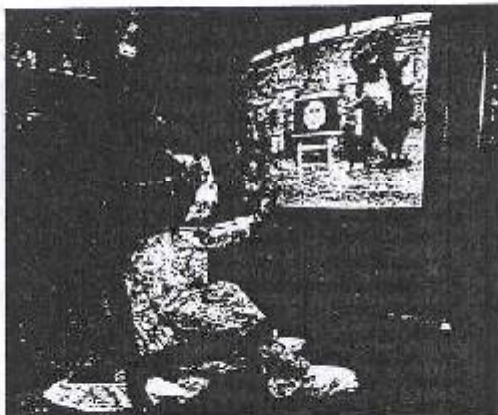
The campaigners claim that children are too naive to distinguish between ads and genuine programming. "Young children are not able to understand what advertising is about. Advertisers are taking advantage of their childishness," says Lars Maren, senior adviser to the Swedish culture ministry. Even those children who can make such a distinction, he argues, might still be manipulated by a commercial into pestering their parents to buy a product—what marketers cynically call "nag and whine" campaigns.

Some critics also worry about the social impact of advertising to children. Britain's chancellor of the exchequer, Gordon Brown, recently accused advertisers of highlighting social divisions by marketing expensive toys and gadgets that poorer families cannot afford. Britain's Food Standards Agency is calling for tighter standards on food advertising to young people, because it believes such marketing contributes to childhood obesity.

Add to this a concern about the growing intrusion of marketing in schools. Channel One, a cable network, offers free TVs to participating schools in America, provided that the students watch a daily "lite news" pro-

gramme complete with ads. Joel Babbit, the company's former president, lured advertisers with the claim that his company was "forcing kids to watch two minutes of commercials a day". Another example is ZapMet Corporation, which was forced to back down after parents complained that the firm was selling data on their children to advertisers, in return for placing computers in schools. "We are seeing the commercialisation of childhood," grumbles Gary Ruskin, director of Commercial Alert, a Washington lobby group.

Advertisers insist that a widespread move to ban children's ads would backfire. Their main argument is that bans would lead



Now nag and whine

to worse children's programming on television, fewer educational resources in schools and higher prices for toys. There may be something in this. Britain's ITV says it ploughs back nearly all the £45m (\$67m) in revenue it generates each year from children's advertising into home-grown kids' programmes.

Greece's ban on TV toy advertising—originally a protectionist measure for local toy makers—has stoked a debate about the quality and limited selection of home-produced children's programmes. One big American toy manufacturer in Greece says that, as a direct result of the ban, the company offered retailers a more limited selection of new toys this Christmas than it did in other European markets.

Commercial marketing in schools also has benefits. Britain's government, for one, wants more business involvement in schools, after the success of initiatives such as a loyalty scheme linked to Tesco, a food re-

tailer. This rewards parents' spending on groceries with points that go towards school computers.

Advertisers could, in any case, easily get around TV advertising bans. In Sweden, they have stepped up other kinds of marketing to children, from billboards to in-store promotions. The government is powerless to stop offshore broadcasters from beaming programming with Swedish-language advertising into the country—which is one reason why it is keen to rewrite the EU's rules. "In reality, Sweden's ban hasn't worked," concludes Erling Bjurström, a professor of communications at Stockholm's National Institute for Working Life, on whose research Sweden's 1991 law was based.

## Clever kids

In fact, both sides are missing the real point. Advertisers are not as influential as they seem. A recent study by the Advertising Education Forum of 5,000 parents in 20 European countries found that 86% did not rate advertising among the top five influences on their children: parents, schools and other families, among others, were seen as far more important.

Nor are children as gullible as advertisers and campaigners believe. In a study published last November, Brian Young, a psychology professor at the University of Exeter, found that children as young as six can understand the purpose of commercials and can distinguish them from entertainment. A review of 20 studies on advertising to children that had been conducted over the past 32 years, published by Britain's Social Affairs Unit, calls the view that children are easily manipulated by advertising "naïve". It also finds no evidence that such advertising leads to battles between parents and children. "Children are not gullible. A pestering child is a badly brought-up child," says Adrian Furnham, the review's author (and a parent).

This highlights the most important case against shielding children from marketing—that parents and teachers have a responsibility to teach children about the realities of a commercial world, just as they teach them how to cross a road safely. Deborah Regan Howe, a mother of two in Buffalo, New York, says that by watching advertisements with her six-year-old son and discussing their intent, she has got him to develop a sophisticated understanding of marketing. "We talk about why children in ads look happy and what the toys might be like in reality. He still asks me for the latest thing, but there is no battle. He understands why if he doesn't get it." The Swedes may find they have a tough time convincing their European neighbours that this kind of education is a job for the state.

**Préparation** : 30 minutes

**Présentation** : 15 minutes

A l'aide d'un ou plusieurs textes rédigés en français, le candidat doit soit donner son point de vue sur un thème se rapportant au monde de l'entreprise, soit proposer une solution à une situation problématique d'entreprise.

Le thème ou la situation proposés doivent être de nature suffisamment polémique ou problématique pour donner lieu à une prise de position et à un échange d'arguments.

Le(les) texte(s) contient(contiennent) au total de 400 à 700 mots et peut(peuvent) être de différente nature : article de presse ou document professionnel (lettre, rapport, note de service, compte rendu, etc.). Il(s) peut(peuvent) être complété(s) de tableaux et de graphiques. Il(s) doit(doivent) permettre au candidat de préparer ses arguments et les réponses aux éventuelles objections.

Au cours de l'épreuve, c'est un dialogue qui doit s'instaurer entre l'examineur et le candidat. Ce ne doit être ni un monologue, ni un interrogatoire, ni une situation d'enseignement.

### *Exemple d'épreuve*

- Vous allez avoir un entretien en français, d'environ 15 minutes. Au cours de cet entretien, vous devez présenter à votre interlocuteur votre point de vue sur la question suivante :

*"La graphologie constitue-t-elle une aide efficace au recrutement ?"*

- Le document ci-joint vous aidera à préparer vos arguments et les réponses aux éventuelles objections de votre interlocuteur.



## GRAPHOLOGIE

### Pourquoi les recruteurs y croient ?

*Cette technique, controversée, est dédaignée par les recruteurs dans de nombreux pays. Les grandes entreprises françaises continuent pourtant de l'utiliser massivement, avec, semble-t-il, de solides arguments.*

La graphologie est l'art de comprendre le caractère d'après l'écriture. Elle repose sur ce fait que l'écriture entraîne des mouvements spontanés révélateurs de soi au même titre que tous gestes. Cette technique ne peut donc laisser indifférent.

Il est important de savoir qu'admis ou constaté, l'usage de la graphologie se répand. En France, par exemple, près de 80 % des entreprises l'utilisent pour l'embauche à certains postes.

Alors, doit-on croire en la graphologie ? Constitue-t-elle une aide efficace au recrutement ? Que permet-elle, précisément, de découvrir ? Ces questions provoquent toujours la polémique... mais davantage chez les candidats que chez les recruteurs, dirait-on. Car la majorité des grandes entreprises françaises (55 %) affirme y avoir recours régulièrement. Si on ajoute à ces inconditionnels les 38 % qui déclarent l'utiliser de manière occasionnelle, on arrive au score incroyable de neuf grandes entreprises sur dix.

Pourquoi un tel engouement ? "La graphologie aide à déceler ce qui ne se voit pas forcément en entretien", répond Chantal Quenardel, graphologue consultante, qui a notamment officié pour PSA et Rosières France. Un bon outil pour faire valoir les qualités d'un timide ou, au contraire, pour voir ce que cache le discours formaté d'un candidat rompu à l'exercice de l'entretien. Mais la graphologie - dont les seuls diplômes reconnus sont ceux décernés par les quatre organismes principaux de la profession (SFDG, GGCF, FNGP, SEGP) - n'a pas la prétention d'être une science exacte. En revanche, ses praticiens affirment pouvoir distinguer les grands traits de la personnalité,

comme l'énergie, la droiture, la persévérance, le sens de l'équipe, l'autonomie, la curiosité...

Chantal Quenardel se souvient, par exemple, avoir permis à un de ses clients d'éviter un loupé : elle a détecté dans l'écriture d'un candidat des qualités qui n'étaient pas apparues lors de l'entretien. "Le jeune homme avait simplement besoin de trouver ses marques pour se révéler".

Chantal Dupont, graphologue consultante réputée, a connu la situation inverse. "Je me rappelle avoir reçu pour un poste de DRH un homme brillantissime, mais très sibyllin. L'étude graphologique m'a permis de me rendre compte qu'il cachait des choses essentielles. Nous en avons débattu ensemble et avons convenu qu'il n'était pas fait pour le poste".

***Il avait des qualités cachées que son écriture a révélées.***

Un ténor du recrutement tel Jean-Paul Vermès, vice-président du cabinet TMP Worldwilde, assure que la graphologie lui a donné "des pronostics exacts dans neuf cas sur dix". Il se souvient d'un candidat à un poste de directeur de développement : "J'ai eu beau le mettre en confiance, il n'arrivait pas à parler de lui. Or sa graphologie le décrivait comme un grand communicateur. Je l'ai donc convoqué une seconde fois. Et là, il s'est montré éloquent. Eh oui ! On peut rater un entretien parce qu'on est dans un mauvais jour !" La graphologie ne permet pas pour autant de jouer les Mme Irma ! Ainsi, un graphologue est incapable de deviner l'âge ou le sexe d'une personne, ni son milieu d'origine.

**Coincer un paranoïaque grâce à la graphologie ? Oubliez !**

Les graphologues reconnaissent eux-mêmes les limites de leur art. Ils peuvent voir si une personne est influençable ou capable de supporter la pression, mais ne savent pas mesurer son niveau d'intelligence. L'écriture indiquera seulement la forme de cette intelligence (concrète, abstraite...). Et si la lettre d'un polytechnicien se distingue, ce sera surtout par son côté scolaire et appliqué ! Déceler l'honnêteté ? Encore raté ! C'est une valeur morale, pas un trait de caractère. Côté psy, les graphologues se déclarent compétents pour détecter les petits problèmes, mais pas les gros. Autrement dit, les névroses (différentes formes de peur, difficultés d'adaptation...), mais pas les psychoses (paranoïa...). "Ce qui est du domaine de l'inconscient ne transparaît pas dans l'écriture", disent-ils. On respire...

Certaines analyses ne dévoilent même rien du tout. "Il existe des écritures masquées, admet Fabienne Margotot, du cabinet Auréane Conseil. C'est néanmoins une indication ; vous êtes face à quelqu'un qui se cache. Il faut alors insister en entretien, voire utiliser d'autres techniques, comme les tests psy." La qualité et la quantité des informations recueillies dépendent bien sûr de l'expérience du praticien... et du prix consenti. N'attendez pas la même finesse d'analyse d'un "flash" de quelques lignes (30 euros environ), d'un avis synthétique sur une page (autour de 150 euros) et d'une graphométrie complète (jusqu'à 1 400 euros).

Enfin, l'écriture évolue avec les époques. Et les graphologues doivent affiner leur savoir. Dans une profession exercée à 99 % par des femmes (selon Joëlle Ossano, présidente du syndicat des graphologues), beaucoup, ravies d'exercer un métier qui leur permet de rester à la maison, ne font pas cet effort. Mais d'autres s'y appliquent. En janvier, lors du dernier Congrès de la graphologie, à Paris, des groupes de travail ont présenté leurs recherches sur les nouvelles calligraphies. Ainsi, les écritures des jeunes créateurs d'entreprises sont bien plus

torturées que celles de leurs aînés d'il y a dix ans. Bref, si vous ne voulez pas laisser échapper "la perle rare", assurez-vous de la mise à jour de votre graphologue !

*Mars 2002 - Management*

**CORRIGÉS**

**Corrigé****Question 31****Proposition de résumé**

Mondialisation oblige, une bonne communication est essentielle pour réussir à l'exportation. Cependant, les entreprises, notamment les petites et moyennes, sous-estiment encore l'importance de la traduction. Pourtant, une mauvaise traduction peut donner une mauvaise image et enrayer le développement d'une affaire.

Mais comment trouver le bon traducteur ? Plusieurs possibilités existent :

- faire appel à ses relations,
- avoir recours à des organismes spécialisés comme la FIT,
- externaliser les traductions,
- s'adresser, comme le font les PME, à une agence de traduction,
- recourir aux logiciels de traduction automatique, parfois combinés avec un traducteur humain.

Mais, quelle que soit la solution retenue, il faut faire relire par un natif expert du secteur concerné pour éviter les erreurs.

**Question 32****Proposition de lettre**

Monsieur,

Nous vous remercions de votre lettre et sommes heureux que les boissons VITALIS aient suscité l'intérêt de vos clients.

Pour vos prochaines commandes, il est possible de vous fournir le format de 1,5 à 2 litres ; toutefois, un délai supplémentaire est à prévoir et les conditions devront être revues.

En ce qui concerne l'emballage, nous vous signalons que le plastique utilisé est 100 % recyclable et a d'ailleurs obtenu le label qualité-environnement.

Espérant avoir répondu à vos préoccupations, nous vous prions d'agréer, Monsieur, nos salutations distinguées.

Valérie Besson  
Directeur commercial

N° de CODE				
C01	C03	C05	C07	C09
C11	C13	C15	C17	C19
C21	C23	C25	C27	C29
C31	C33	C35	C37	C39
C41	C43	C45	C47	C49
C51	C53	C55	C57	C59
C61	C63	C65	C67	C69
C71	C73	C75	C77	C79
C81	C83	C85	C87	C89
C91	C93	C95	C97	C99

Lettre clé		
CAJ	CKJ	CUJ
CBJ	CLJ	CVJ
CCJ	CMJ	CWJ
CDJ	CNJ	EXJ
CEJ	COJ	CYJ
CFJ	CPJ	ETJ
CGJ	CQJ	
CHJ	CRJ	
CIJ	CSJ	
CJJ	CTJ	

**NOM :**

---

**PRENOM :**

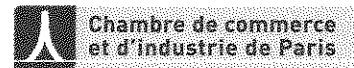
---

**DFP** **B2**  
**Affaires**

Pour cocher les cases :

**Bon**  **Mauvais**

**POUR REMPLIR CE DOCUMENT :**  
 Utilisez un stylo bille ou une pointe feutre de couleur noire ou bleue.  
**IMPORTANT :** Si vous désirez modifier votre réponse, ne rayez pas, reportez votre nouvelle réponse dans la zone rouge foncé.



Partie 1				Partie 2				Partie 3						
1	A	B	C	D	6	A	B	C	D	12	A	B	C	D
2	A	B	C	D	7	A	B	C	D	13	A	B	C	D
3	A	B	C	D	8	A	B	C	D	14	A	B	C	D
4	A	B	C	D	9	A	B	C	D	15	A	B	C	D
5	A	B	C	D	10	A	B	C	D					
					11	A	B	C	D					

**NE RIEN INSCRIRE DANS CE CADRE**

DM	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
M	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
C	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
D	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
U	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

**Connaissance du monde de l'entreprise**

16	A	B	C	D	21	A	B	C	D	26	A	B	C	D
17	A	B	C	D	22	A	B	C	D	27	A	B	C	D
18	A	B	C	D	23	A	B	C	D	28	A	B	C	D
19	A	B	C	D	24	A	B	C	D	29	A	B	C	D
20	A	B	C	D	25	A	B	C	D	30	A	B	C	D

**Signature :**

---

**Compréhension Orale**

Partie 1				Partie 2				Partie 3				Partie 4																		
1	A	B	C	D	E	F	G	H	6	A	B	C	D	E	F	G	H	11	A	B	C	16	A	B	C	21	A	B	C	D
2	A	B	C	D	E	F	G	H	7	A	B	C	D	E	F	G	H	12	A	B	C	17	A	B	C	22	A	B	C	D
3	A	B	C	D	E	F	G	H	8	A	B	C	D	E	F	G	H	13	A	B	C	18	A	B	C	23	A	B	C	D
4	A	B	C	D	E	F	G	H	9	A	B	C	D	E	F	G	H	14	A	B	C	19	A	B	C	24	A	B	C	D
5	A	B	C	D	E	F	G	H	10	A	B	C	D	E	F	G	H	15	A	B	C	20	A	B	C	25	A	B	C	D

**PARTIES RESERVEES A L'ADMINISTRATION**

**Compréhension et expression écrites**

Partie 1		Partie 2	
A	C03 C13 C33 C53	A	C03 C13 C23 C43 C53
B	C03 C13 C23 C43 C53	B	C03 C23 C43
		C	C03 C23 C43 C63

**Expression orale**

Epreuve 1		Epreuve 2	
A	C03 C23 C33 C53	A	C03 C13 C23 C33
B	C03 C13 C23 C33	B	C03 C13 C23
C	C03 C13 C23	C	C03 C13 C23 C33
		D	C03 C13 C23

**© CCI Paris Ile-de-France, 2013**

**« Toute reproduction, partielle ou totale, sans l'autorisation de la  
CCI Paris Ile-de-France, est interdite. »**

Centre de langue française

*Quand le français est une force*