

# JEU TEMOIN

## Diplôme de français professionnel Affaires C1

Centre de langue française

*Quand le français est une force*

### Modalités d'évaluation du DFP Affaires C1

Aptitudes testées	Nombre de questions	Fiche optique	Durée	Nombre de points
Compréhension écrite	10	oui	} 1 h	10
Connaissance du monde des affaires	20	oui		20
Compréhension et expression écrites	1	non	1 h 15	15
Compréhension orale et expression écrite	1	non	1 h 15	15
		Total	<b>3 h 30</b>	<b>60</b>
	Nombre d'épreuves			
Expression orale	2	NON	<b>30 mn</b> (15 mn par épreuve) (Préparation : 30 mn pour la 1ère épreuve)	<b>40</b> (20 points par épreuve)
			<b>Total</b>	<b>100 points</b>

Pour réussir, il faut obtenir :

**30 points sur 60** aux épreuves passées à l'écrit ;  
**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**
  - et des quatre textes suivants, chacun de ces textes présente quatre ouvrages **A, B, C, D** d'une même collection, intitulée *L'entreprise et son banquier*.
- Vous devez indiquer dans quel ouvrage **A, B, C** ou **D** devrait se trouver la réponse à chacune des cinq questions.
- Pour chaque question **1 à 5**, cochez ci-dessous la réponse **A, B, C** ou **D** qui vous paraît exacte.
- *Attention ! Il se peut qu'un même ouvrage apporte une réponse à plusieurs questions ou, qu'à l'inverse, l'un d'eux ne contienne de réponse à aucune question.*

**Questions 1 à 5**

1. Quelles pièces dois-je réunir pour demander un crédit ?  
A.                       B.                       C.                       D.
2. A quels types de crédit dois-je recourir pour financer mes stocks ?  
A.                       B.                       C.                       D.
3. Comment puis-je convaincre mon banquier de diminuer le montant de sa commission sur le coût de mon crédit ?  
A.                       B.                       C.                       D.
4. En quoi consiste au juste la mission du directeur de mon agence bancaire ?  
A.                       B.                       C.                       D.
5. Comment dois-je m'y prendre pour bien m'entendre avec mon banquier ?  
A.                       B.                       C.                       D.

A

**Connaître son banquier**

Si, en tant que chef d'entreprise, vous avez une bonne connaissance des données techniques et économiques de votre affaire, peut-être n'avez-vous qu'une idée approximative de l'environnement bancaire et des contraintes qui pèsent sur votre banquier. Peut-être même pensez-vous que votre banquier fait preuve d'incompréhension, de peu d'empressement, voire de manque de dynamisme. Un risque de malentendu est alors possible et, pour l'éviter, vous ne devez pas oublier que votre banquier est aussi un chef d'entreprise qui a des objectifs et des contraintes pouvant s'analyser en termes de développement de fonds de commerce, de rentabilité et de risque.

Pour bien négocier avec votre banquier, apprenez à connaître les objectifs qu'il poursuit et les contraintes auxquelles il doit faire face.

B

**Monter un dossier de crédit**

Lorsque vous avez à exprimer des besoins de financement, surtout s'ils sont d'une certaine ampleur, il est de votre intérêt de présenter un dossier pertinent et bien documenté. Ce dossier doit comprendre non seulement tous les documents comptables nécessaires mais également toute information susceptible de valoriser votre entreprise. Votre banquier vous saura gré d'avoir su anticiper les questions qu'il aurait été amené à vous poser. Pour présenter les arguments à l'appui de votre demande, apprenez à établir un dossier de crédit.

C

**Négocier les crédits, les conditions de banque, les garanties**

Les relations avec votre banque sont des relations de partenariat, mais elles n'en sont pas moins fondées sur un certain rapport de forces. Aussi devez-vous apprendre à :

- choisir les crédits appropriés
- négocier les conditions de banque
- réduire vos charges financières
- déceler les garanties abusives

D

**Instaurer un rapport de confiance avec son banquier**

Au niveau des relations entre l'entreprise et sa banque, la confiance mutuelle joue un rôle primordial. Un grand nombre de dossiers de crédits sont ainsi traités avec célérité et bienveillance grâce à une confiance solide envers les dirigeants. Il est nécessaire pour toute entreprise de savoir établir et entretenir au mieux cette confiance. Aussi devez-vous apprendre à vous comporter avec votre banquier de la manière la plus appropriée.

**PARTIE 2**

- Dans le texte suivant, cinq phrases ont été supprimées.
- Vous devez retrouver chacune d'elles parmi les huit phrases **A** à **H** proposées.
- Pour chaque question **6** à **10**, indiquez ci-dessous la phrase **A** à **H** la plus appropriée.

**Questions 6 à 10****COMPTE RENDU CONCERNANT LE CONTROLE DES SUCCURSALES**

Monsieur le Président,

6. \_\_\_\_\_ Les communications faites par nos deux inspecteurs, qui sont respectivement chargés du contrôle des régions Nord et Sud, se trouvent résumées ci-après :
7. \_\_\_\_\_ Cette constatation est d'autant plus intéressante à noter que plusieurs de ces succursales sont de création récente : ce résultat est dû, pour une bonne part, à la publicité intense que nous avons faite depuis deux ans dans cette région.
8. \_\_\_\_\_ Toutefois, les remarques suivantes s'imposent pour les succursales de Bordeaux et de Marseille. La première soumise, en ce moment, à une complète réorganisation, n'atteindra pas, selon toutes probabilités, le chiffre d'affaires de l'an dernier. La seconde, installée dans un immeuble frappé d'expropriation, devra, pour cette raison, subir une transformation totale.
9. \_\_\_\_\_ Les conséquences ne sauraient, pour le moment, en être chiffrées, mais elles risquent de ne pas être compensées par l'indemnité qui, aux termes de la loi, devra être versée à votre société.

La concurrence doit faire l'objet d'une mention particulière.

10. \_\_\_\_\_ La Société S..., notamment, a réagi avec vigueur. Néanmoins, ainsi qu'il a été dit précédemment, les succursales de cette région sont en voie d'accroissement très net.

En résumé, la situation générale se présente sous un jour des plus favorables.

L'Inspecteur Principal  
R. Marielle

**Phrases A à H**

- A.** De toute évidence, il en résultera pour cette dernière, pendant plusieurs mois, une perturbation.
- B.** A la demande de tous les membres présents, une disposition favorable a été adoptée en ce qui concerne les délais de livraison.
- C.** Elle s'est montrée très active à la suite de la campagne de publicité que nous avons faite dans la région Nord.
- D.** Il convient de signaler d'abord la progression considérable réalisée par les succursales de la région Nord.
- E.** Quant à la région Sud, elle offre, dans l'ensemble, la même physionomie qu'antérieurement.
- F.** Dans toute la mesure du possible, il faut tenter d'éviter l'annulation de la commande.
- G.** Vous m'avez demandé d'étudier spécialement la situation commerciale actuelle des succursales de votre société.
- H.** Cette somme correspond à notre facture du 2 septembre et devrait être réglée par chèque bancaire le 30 septembre au plus tard

Pour chaque question **11 à 30**, cochez ci-dessous la réponse **A, B, C ou D** qui vous paraît exacte.

**Question 11**

Dans la société où vous travaillez vient d'arriver un courrier relatif à un cas de conflit juridique. Vers quel service orientez-vous ce courrier ?

- |  |  |
|--|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Service du personnel   | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Service de la logistique |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Service du contentieux | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Service de l'entretien   |

**Question 12**

Le directeur technique de la société où vous travaillez souhaiterait confier à une autre entreprise la réalisation d'une partie de la production. Quel système doit-il choisir ?

- |  |   |
|--|---|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> L'organisation scientifique du travail | <b>C</b> <input type="checkbox"/> La sous-traitance     |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Le juste à temps                       | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Le travail à la tâche |

**Question 13**

Vous touchez votre salaire à la fin du mois. Le 20, vous avez besoin d'argent. Que demandez-vous à votre employeur ?

- |  |   |
|--|---|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Une avance | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Des arrhes  |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Une charge | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Un escompte |

**Question 14**

Vous n'avez pas assisté à la dernière réunion, mais vous voulez vous tenir au courant. Que cherchez-vous à consulter ?

- |  |   |
|--|---|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Le rapport | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Le compte rendu |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> La note    | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Le mémoire      |

**Question 15**

Vous travaillez dans les entrepôts d'un grand magasin. Vous êtes chargé de la réception des marchandises. Que devez-vous contrôler ?

- |   |   |
|---|---|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Les marchandises et le bon de livraison | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Les marchandises et la facture              |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Le bon de livraison et la fiche client  | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Les marchandises et le contrat de transport |

**Question 16**

Vous travaillez au service marketing et vous souhaitez relancer vos ventes. A cet effet, vous décidez d'assurer un meilleur *positionnement* de votre principal produit. Qu'allez-vous faire ?

- |  |  |
|--|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Découper le marché en sous-ensembles   | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Décrire toutes les caractéristiques de votre produit     |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Donner à votre produit une identité qui permettra aux consommateurs de différencier votre produit des produits concurrents | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Choisir un meilleur emplacement de vente dans le magasin |

**Question 17**

A la fin de l'exercice social, vous préparez le bilan et le compte de résultat de l'entreprise. Où classez-vous les achats de fournitures ?

- A  A l'actif du bilan  
 B  Au passif du bilan  
 C  Dans les produits du compte de résultats  
 D  Dans les charges du compte de résultats

**Question 18**

Vous travaillez dans une PME, comme responsable financier ; pour assurer le développement de l'entreprise, vous voulez convaincre votre directeur général d'avoir recours essentiellement à l'autofinancement. Pour le persuader, quel est l'argument que vous ne pourrez pas développer ?

- A  Nous garderons et même améliorerons notre indépendance financière  
 B  Nous pourrions, à très court terme, augmenter le marché financier  
 C  Nous ne ferons appel qu'aux ressources propres de la société  
 D  Cela nous évitera de recourir aux dividendes versés à nos actionnaires

**Question 19**

La société Roxane souhaite développer ses exportations et cherche un moyen de distribution adapté à ses besoins. Le directeur commercial vous dit : "*Nous sommes trop petits pour exporter seuls. L'idéal, ce serait de coopérer avec un grand groupe qui mette à notre disposition son réseau commercial à l'étranger et qui nous fasse bénéficier de son savoir-faire et de sa notoriété*". Quelle méthode de distribution lui conseillez-vous ?

- A  La vente directe  
 B  Le portage  
 C  La succursale  
 D  La filiale de production

**Question 20**

Lors d'une opération d'importation, on vous demande de présenter un *certificat d'origine*. A quoi sert ce document ?

- A  Il atteste du point de départ du transport par mer  
 B  Il indique le pays où le produit a été fabriqué  
 C  Il constitue une facture libellée en dollars  
 D  Il indique la nationalité de la personne ou société assurant le transport de la marchandise

**Question 21**

Parmi les affirmations suivantes, laquelle est fautive ?

- A  La TVA est un impôt sur la dépense  
 B  Les taux de TVA varient d'un pays à l'autre de l'Union européenne  
 C  La TVA est un impôt indirect  
 D  L'assiette de la TVA est le chiffre d'affaires

**Question 22**

Vous souhaitez libéraliser les échanges de votre pays avec l'extérieur. Que devez-vous éviter de faire ?

- |  |   |
|--|---|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Supprimer les contingentements                           | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Abaisser les droits de douane                         |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Mettre en place des normes techniques et administratives | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Signer un traité d'union douanière avec d'autres pays |

**Question 23**

Parmi les dépenses suivantes effectuées par votre entreprise, laquelle correspond à une consommation intermédiaire ?

- |   |  |
|---|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Le paiement des salaires      | <b>C</b> <input type="checkbox"/> L'achat d'une nouvelle machine |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> L'achat de matières premières | <b>D</b> <input type="checkbox"/> L'achat de matériel de bureau  |

**Question 24**

Parmi les partenaires suivants, il y en a un que l'entreprise ne peut pas rencontrer sur le marché des capitaux. Lequel ?

- |  |  |
|--|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Un intérimaire | <b>C</b> <input type="checkbox"/> Un obligataire |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Un banquier    | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Un actionnaire |

**Question 25**

« *Le taux d'activité féminine est de 45 %* ». Qu'est-ce que cela signifie ?

- |  |  |
|--|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> Sur 100 femmes, 45 sont actives  | <b>C</b> <input type="checkbox"/> La part des femmes dans la population active est de 45 %         |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> Sur 100 actifs, il y a 45 femmes | <b>D</b> <input type="checkbox"/> Les femmes actives sont plus nombreuses que les femmes inactives |

**Question 26**

« *Nous devons absolument améliorer notre rentabilité* », affirme notre directeur général. Que veut-il dire ? Nous devons...

- |  |  |
|--|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> accroître nos parts de marché      | <b>C</b> <input type="checkbox"/> améliorer le profit par rapport au capital investi |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> augmenter notre chiffre d'affaires | <b>D</b> <input type="checkbox"/> augmenter la valeur ajoutée                        |

**Question 27**

Les économistes distinguent souvent les politiques structurelles et les politiques conjoncturelles. Parmi les politiques économiques suivantes, quelle est celle qui n'est pas structurelle ? L'Etat décide

- |  |  |
|--|--|
| <b>A</b> <input type="checkbox"/> d'accroître ses dépenses pour relancer la demande  | <b>C</b> <input type="checkbox"/> de nationaliser les entreprises du secteur des transports                          |
| <b>B</b> <input type="checkbox"/> de créer un nouveau centre de recherche destiné à étudier la réalisation de centrales Nucléaires d'un nouveau type | <b>D</b> <input type="checkbox"/> de mettre en place des lois favorisant la préservation d'un meilleur environnement |



**Question 28**

D'un point de vue juridique, qu'appelle-t-on une entreprise individuelle ?

- A**  Une entreprise sans employés
- B**  Une entreprise de petite taille
- C**  Une entreprise familiale qui emploie une seule personne
- D**  L'entreprise appartenant à une seule personne

**Question 29**

Au moment de la constitution d'une société, quelle est l'obligation principale de chaque associé ?

- A**  Apporter du capital
- B**  Répartir les bénéfices
- C**  Respecter les règles de la concurrence
- D**  Passer un contrat de travail

**Question 30**

Il ne faut pas confondre suspension et rupture du contrat de travail. Pour les événements suivants, lequel constitue le plus sûrement une rupture du contrat de travail ?

- A**  La grève
- B**  La démission
- C**  Le lock-out
- D**  La maladie

**Question 31**

**La situation**

Depuis 20 ans, les Laboratoires Guillaume fabriquent des parfums et eaux de toilette destinés à une clientèle aux revenus moyens. Grâce à une publicité judicieuse et à la qualité de leurs produits, ils occupent une part très honorable du marché français et même européen, entre celle des produits de luxe et celle des produits de bas de gamme.

Les responsables commerciaux des Laboratoires Guillaume attachent une grande importance au conditionnement. Deux stylistes recherchent en permanence des formes nouvelles pour les flacons qui sont commandés à une verrerie suisse qui est, depuis l'origine, le seul fournisseur des Laboratoires Guillaume.

Or, en décembre 2003, un nouveau parfum doit être lancé sous le nom de *Rêve de Valse*.

C'est un produit qui rompt avec la tradition et pour lequel a été conçu un flacon très original.

Comme, dans la parfumerie, les réactions du public à un nouveau produit sont toujours imprévisibles, en dépit des tests réalisés, les Laboratoires Guillaume ont décidé de diffuser *Rêve de Valse* tout d'abord dans une région de référence, le Sud-Est de la France, avant de mettre au point une politique de distribution pour les autres régions et l'exportation.

Pour cette raison, leur commande de flacons est dans un premier temps relativement faible (voir la lettre de commande – *Annexe 1*).

Les affaires en sont là, quand, le 22 mai, les Laboratoires Guillaume reçoivent la lettre suivante des Etablissements Decrauzat (voir *Annexe 2*).

Le service commercial est alors consulté sur le marché potentiel de *Rêve de Valse*. Vous trouverez ci-joints des extraits de son rapport (voir *Annexe 3*).

**Votre travail**

A partir de toutes ces informations, et à l'aide des tableaux « *Les expressions de la correspondance commerciale* » (voir *Annexe 4*), écrivez aux Verreries Decrauzat la lettre qui convient en réponse à leur courrier du 20 mai 2003 (*Annexe 2*).

Votre lettre aura pour références : FLA/321 ; elle sera datée du 29 mai 2003 et signée par M. Lachaussée, Directeur des Laboratoires Guillaume.

Vous devrez rédiger cette lettre sur la feuille à en-tête des Laboratoires Guillaume.

Nom : ----- Prénom : ----- n° d'identification : -----

**LABORATOIRES GUILLAUME**  
*Société anonyme au capital de 30 000 euros*  
13 avenue du Parc - 89 000 AUXERRE

**Annexe 1**

**LABORATOIRES GUILLAUME**  
**Société anonyme au capital de 30 000 euros**  
**13 avenue du Parc – 89 000 AUXERRE**

Etablissements DECRAUZAT  
30 rue Neuve  
CH - 2502 BIENNE

Auxerre, le 13 avril 2003

V/Réf. : CR/82 – Objet : Commande 304

Messieurs,

Nous avons bien reçu vos propositions concernant la fourniture pour le 1<sup>er</sup> juin au plus tard de 10 000 (dix mille) flacons, suivant nos plans et descriptif Réf. AH 610, pour un prix total hors taxes, à vos dépôts, de 20 000 euros (2 euros x 10 000), à régler au 30 septembre 2003.

A ces conditions, nous avons l'avantage de vous confirmer notre commande.

Comme d'habitude, nous demanderons à notre transporteur d'enlever la marchandise dès réception d'un avis de votre part.

Veillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

Le Chef des achats  
Valérie DUTOUR

**Annexe 2**

**ETABLISSEMENTS DECRAUZAT**  
**Verreries**  
**130 rue Neuve**  
**CH - 2502 BIENNE**

LABORATOIRES GUILLAUME  
13 avenue du Parc  
89000 AUXERRE  
FRANCE

Bienne, le 20 mai 2003

N/Réf. : CR/82  
Votre commande n° 304

Messieurs,

Les flacons correspondant à votre commande citée en référence sont à votre disposition.

Toutefois, par suite d'une erreur dans la transmission de l'ordre à notre service de fabrication, nous avons sorti, non pas 10 000 flacons, comme indiqué dans votre commande, mais 15 000.

Plutôt que de mettre à la casse les 5000 flacons excédentaires, nous vous suggérons, si vous pensez en avoir l'usage, de les emporter à des conditions de prix avantageuses et qui restent à négocier.

Nous ne doutons pas qu'en raison de l'ancienneté de nos relations d'affaires, vous apporterez une solution qui nous épargnera une trop lourde perte.

Nous attendons donc vos propositions et, en vous remerciant pour votre compréhension, nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments dévoués.

Le Directeur  
Pierre DECRAUZAT

**Annexe 3**

**Laboratoires Guillaume  
Service commercial**

**Marché potentiel de *Rêve de Valse*  
(Extraits du rapport du 26 mai 2003)**

- Chance de réussite de *Rêve de Valse* dans la région Sud-Est : les derniers tests réalisés en avril et au début mai dans cinq parfumeries nous autorisent à réviser en hausse, d'environ 25 %, nos objectifs fixés il y a 3 mois.
  
- Plusieurs tests d'acceptabilité, effectués en dehors de la région Sud-Est, dans plusieurs villes françaises ont donné des résultats bien supérieurs à nos prévisions (les prévisions ont été établies sur la base de la vente actuelle de nos autres produits).
  
- En conclusion :
  - Réussite *Rêve de Valse* relativement assurée
  - Ventes globales supérieures aux prévisions
  - Extension de la vente dans toute la France souhaitable, suivant les possibilités de la fabrication.

Annexe 4

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.
- . **Veillez prendre bonne note** de cette majoration de 5 %.

**PARFOIS J'ANNONCE UN ENVOI.**

<ul style="list-style-type: none"> <li>. <b>Veillez trouver,</b></li> <li>. <b>Vous trouverez,</b></li> <li>. <b>Nous vous envoyons / adressons / faisons parvenir,</b></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 / **reconnaissons de** ) réponse dans les plus
  - . **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.
  - . **Veillez me confirmer** votre réponse par retour du courrier.
  - . **Vous voudrez bien** nous 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 4 (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'i 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
. <b>Nous sommes/ Nous nous voyons/ Nous nous trouvons</b> . A défaut de règle- ment / Dans le cas contraire, <b>nous serions /</b>	<b>contraints / obligés / dans l'obligation / dans la nécessité</b>	de remettre votre dossier au service du contentieux

**Je lui dis qu'**

**IL M'EST POSSIBLE DE ...**

. **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...

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

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

**J'ACCEPTE.**

. <b>Nous acceptons</b>	vosre proposition...
. <b>Nous consentons à</b> . <b>Nous sommes prêts à</b> . <b>Nous sommes disposés à</b>	vous offrir...

**JE FAIS UNE CONTRE-PROPOSITION.**

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

**JE REMERCIE**

**Pour l'avantage qui a été ou sera obtenu**

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

Et pour respecter les règles sociales

**JE PRESENTE MES EXCUSES**

**Pour l'avantage refusé ou le dommage causé :**

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

**Question 32**

**La situation**

Vous travaillez pour la Confédération patronale des industries textiles de France. Cette organisation a pour mission d'apporter informations et conseils aux très nombreuses entreprises du secteur textile implantées dans le pays.

Votre directeur écrit chaque mois un article dans *Les Echos du textile*, un journal de la Confédération lu par les professionnels du secteur.

Ce mois-ci, il souhaite expliquer à ses lecteurs ce que peut être une bonne stratégie de marketing dans un secteur soumis aux changements de la mode, comme celui du textile.

Pour cela, il vous demande de lui remettre une fiche présentant la société Arthur. Selon lui, en effet, cette société est un bon exemple de réussite et peut donc lui fournir de la matière pour son article.

Il est vrai que, depuis sa création en 1983, la société Arthur a réussi à augmenter son chiffre d'affaires de 15 % chaque année. Arthur, qui est le nom d'une ligne de sous-vêtements masculins, est ainsi devenue la première marque de pyjamas en France.

**Votre travail**

Vous allez écouter *deux fois* une interview radiophonique de madame Mercier, PDG de la société Arthur.

Pendant l'interview, vous devez prendre des notes.

Vous devez ensuite faire un *compte rendu synthétique de 250 à 300 mots* de cette interview.



**TRANSCRIPTION DE L'ENREGISTREMENT**

**Arthur est aujourd'hui en France la première marque de pyjamas pour hommes. C'est un beau succès.**

Oui. Le pyjama a été notre premier produit et notre premier succès. C'est aux Etats-Unis, au début des années 80, que je l'ai redécouvert. J'avais remarqué que certains jeunes Américains appréciaient beaucoup le pyjama de leur grand-père. Quand je suis revenu en France, j'ai lancé le pyjama Arthur et ça a marché.

**Comment expliquez-vous ce succès ?**

D'abord, nous avons découvert que les hommes français, comme les Américains, voulaient aussi porter les pyjamas de leur grand-père. Par rapport au pyjama proposé aux Américains, j'ai voulu améliorer un peu la coupe, ce qui fait qu'Arthur est sans doute plus élégant que ses confrères américains. Et puis, je crois que nous avons su marier une touche de délire avec des tissus résistants et de longue durée. Autrement dit, Arthur est un pyjama original et fantaisiste, tout en étant d'excellente qualité.

**Arthur est aussi un pyjama cher.**

Arthur est plus cher que les pyjamas américains et c'est volontaire. J'ai voulu éviter la banalisation que j'avais constatée aux Etats-Unis. Arthur n'est pas un vulgaire pyjama. C'est un produit haut de gamme, un pyjama chic et choc et pour un pyjama chic et choc, il faut payer le prix.

**Mais Arthur, ce ne sont pas que des pyjamas.**

Absolument, Arthur a commencé à être un pyjama, mais aujourd'hui, d'autres vêtements portent ce nom. Nous avons voulu éviter le piège du mono produit.

Un seul produit, c'est évidemment très dangereux. Très vite, nous avons donné au pyjama des petits frères et aujourd'hui, nous imprimons notre label sur des caleçons, des chaussettes, des cravates, des pantoufles. Ces différents produits nous permettent de minimiser les risques et aussi, bien sûr, d'atteindre des cibles différentes. L'autre moyen de minimiser les risques, c'est de renforcer les réseaux de distribution. Au début, nous refusions d'aller en grandes surfaces. Vendre Arthur en grande surface ? Jamais ! En fait, on ne peut pas longtemps ignorer la grande distribution.

**Et aujourd'hui, vous vendez Arthur dans des grandes surfaces ?**

Oui, finalement, oui. Mais attention, ce n'est pas à proprement parler Arthur que vous trouvez dans les grandes surfaces. Nous avons pris soin d'éviter toute concurrence directe entre les différents circuits. Dans les hypermarchés, nos produits ont été baptisés "Minuit vingt" et vous trouvez des "Minuit vingt".

**Si je comprends bien, Arthur chez les détaillants et "Minuit vingt" dans les grandes surfaces.**

Oui, c'est cela. Mais attendez, ce n'est pas fini. Dans les grandes surfaces, nous avons même des produits dissimulés sous les labels du distributeur. Nous avons des cravates Auchan et des chaussettes Carrefour. "Pourquoi ça ?", allez-vous me demander. Eh bien, parce que c'est un argument important pour se faire une place sur les linéaires et un moyen pour nous de mieux négocier avec les grands distributeurs. Nous disons à Carrefour : je vous livre x paires de chaussettes Carrefour et, en retour, vous référencez "Minuit vingt". Un vrai marchandage.

**Et puis, on trouve également Arthur dans les catalogues de vente par correspondance.**

Oui, nous vendons aussi par correspondance. Chaque année, nous occupons même un peu plus de place dans les catalogues de La Redoute et des 3 Suisses. Là aussi, il s'agit de diversifier l'offre. Cette fois-ci, les prix varient de un à trois selon le public. Un pyjama griffé Arthur coûte 39 euros, un "Minuit vingt" de 20 à 25 euros. Quant au tarif marque de distributeur, il plafonne à 15 euros. Du coup, nous arrosons tous les marchés.

**Est-ce que vous fabriquez vous-mêmes vos produits ?**

Non, la fabrication est entièrement sous-traitée. Pour chaque produit, nous avons recours à un spécialiste, et même au meilleur spécialiste. Par contre, nous créons nous-mêmes nos modèles. Nous créons chaque année deux collections Arthur, deux autres pour "Minuit vingt" ainsi que des dizaines de dessins exclusifs pour les marques de distributeurs. C'est-à-dire une centaine de motifs au total. Notre bureau de style est très actif. Il ne faut pas négliger la création.

**Et l'avenir ?**

L'avenir, c'est de l'autre côté des frontières. Déjà, nous réalisons 17 % de notre chiffre d'affaires à l'exportation et nous espérons bien doubler ce chiffre dans les années à venir. Des importateurs distributeurs défendent nos couleurs à Bruxelles, Milan, Madrid, et même à Tokyo. Nous visons également l'Asie du Sud-est et l'Amérique latine. Nous voulons accorder des licences pour que nos produits soient fabriqués localement et vendus au prix du marché.

**Madame Mercier, je vous remercie.**

*Pause : 00'10"*

Deuxième écoute

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

Le candidat **rend compte en français** de deux à cinq documents (articles de presse, lettres, rapports, tableaux et graphiques, etc.) tenant sur deux à trois pages et rédigés (ou présentés) *dans sa langue maternelle*.

**Ces documents sont à dominante informative. Ils se rapportent au monde des affaires, et plus particulièrement à un domaine économique (économie générale et/ou économie d'entreprise) du pays ou de la région d'origine du candidat.**

Le candidat ne doit pas traduire, mais faire en français la **synthèse** des informations contenues dans ces documents et en rendre compte.

Si nécessaire, l'examineur intervient pour l'aider, notamment pour la traduction de certains termes. L'examineur peut aussi être amené à poser des questions pour avoir des précisions ou des compléments d'informations.

L'examineur est dans la situation d'un visiteur francophone désireux d'obtenir des informations sur un aspect particulier des affaires dans le pays ou la région du candidat. Il rencontre le (la) candidat(e) pendant environ 15 minutes.

**Exemple d'épreuve****La situation**

M. (Mme) ... souhaiterait avoir des informations sur le marché des assurances en Grande-Bretagne.

**Votre tâche**

Vous allez rencontrer M. (Mme)... pendant environ 15 minutes. Vous devez lui présenter une synthèse des documents suivants.

**Document 1****Insurance in Britain**

Insurance is divided into two species. First, insurance against accidents – ship, sinking, buildings burning, cars running over people. Secondly, insurance of a man's life against a certainty – death. The first kind is hazardous, based ultimately on a calculated gamble. The second is largely predictable, for the average span of men's life – when hundreds of thousands are involved – can be quite accurately calculated.

- « Non life insurance » : its traditional heart is Lloyd's whose financial backbone is made up by over seven thousand « names » grouped in 139 « syndicates », who provide the capital and must pay up for disasters – with unlimited liability... Lloyd's, like merchant banking, depends on a mixture of trust and daring. They were the first insurers in the world to cover cars, planes or crops, or to insure against earthquakes or twins and triplets. The whole procedure depends upon the « gentleman's agreement ». Their reputation relies not only upon their reliability, but on their readiness to insure almost anything, very quickly.

- « Life insurance » : by far the biggest among the twelve most important life companies in Britain is the legendary Prudential. To the public the PRU is best known for its 11 000 « Men from the PRU », the army of local travellers who collect the weekly and monthly insurance contributions. But to the city of London, the PRU is the largest single investor in the country. It does not need to keep its money ready, like a bank's for a quick withdrawal : it can invest the whole sum, for a whole generation, without the need to call it back. Every week, the PRU has another two million pounds to invest : pouring it into government stock, industry, or property... There are very few big companies where the PRU is not a major shareholder, and there are many where it is the biggest – and therefore in a position if it wishes to sway other votes.

Anthony Sampson, *The New Anatomy of Britain*

**Document 2****Key facts and figures about Lloyd's business :**

The Lloyd's market is a unique insurance provider. It is not a company, but a competitive market in which over 130 businesses both compete and cooperate. This combination enables Lloyd's to offer a wealth of choice, knowledge, experience and expertise all under one roof.

This depth of coverage means that Lloyd's benefits from having a number of leading underwriters of many speciality classes of business, including marine, aviation, catastrophe cover and professional indemnity. The breadth of the market means that brokers and clients can access a variety of providers who compete with each other to offer innovative policy coverage and flexibility. The relatively small size of each of these units at Lloyd's also results in a quick turnaround in business enquiries. Lloyd's underwriters pride themselves on their ability to give a rapid response.

**More key facts and figures about Lloyd's business:**

- Lloyd's underwrites business in more than 100 territories world-wide.
- Around 3,5 per cent of the world's reinsurance is placed at Lloyd's.
- Approximately half of all the London market's international insurance premiums are underwritten at Lloyd's.
- Collectively Lloyd's syndicates are the largest in the UK motor market.

**PARTIE 2**

• **Présentation** : 15 minutes

Le candidat fait un exposé-débat sur un sujet qu'il a lui-même choisi et qu'il a préparé à l'avance.

*Pendant les 5 à 7 premières minutes, le candidat fait un exposé, sans être interrompu. Puis, pendant le reste du temps, il répond aux questions de l'examineur.*

Le sujet doit être présenté par le candidat lors de l'inscription et agréé par le jury du centre local d'examens.

Le sujet doit se rapporter directement au monde des affaires. Il doit être de nature polémique et permettre un exposé de type argumentatif.

*Pendant son exposé, le candidat doit présenter son point de vue sur un sujet précis, soit en défendant une thèse, soit en faisant la synthèse des arguments des uns et des autres. De même, pendant l'entretien avec l'examineur, le candidat doit continuer à défendre son point de vue.*

*Le candidat remettra à l'examineur une courte bibliographie (à savoir la liste des ouvrages et/ou des articles qu'il a consultés pour bâtir son exposé).*

**Exemples de sujets**

- Généraliser les grandes surfaces est le seul moyen de faire baisser les coûts de distribution et d'améliorer le pouvoir d'achat du consommateur.
- La mondialisation permettra-t-elle enfin d'uniformiser les règles de fonctionnement de l'économie ?
- L'employeur doit-il pouvoir licencier en toute liberté ?
- Le meilleur moyen de donner un emploi à tous est d'instaurer la semaine de quatre jours.
- La publicité est-elle un moyen d'information ou de manipulation du consommateur ?

# **CORRIGÉS**

**Compréhension écrite**

**Partie 1**

1. B
2. C
3. C
4. A
5. D

**Partie 2**

6. G
7. D
8. E
9. A
10. C

**Connaissance du monde des affaires**

11. B
12. C
13. A
14. C
15. A
16. B
17. D
18. B
19. B
20. B
21. D
22. B
23. B
24. A
25. A
26. C
27. A
28. D
29. A
30. B

**Compréhension et expression écrites**

Proposition de lettre (Question 31)

Laboratoires Guillaume  
*Société anonyme au capital de 30 000 euros*  
13 avenue du Parc - 89 000 AUXERRE

Etablissements DECRAUZAT  
130 rue Neuve  
CH - 2502 BIENNE

Auxerre, le 29 mai 2000

V/Réf. : CR/82  
N/Réf. : FLA/321  
Objet : Flacons excédentaires

Messieurs,

Nous avons pris connaissance de votre lettre citée en référence nous informant à la fois de la disponibilité des flacons et de votre erreur concernant la quantité fabriquée.

En raison de l'optimisme de nos services commerciaux quant au succès de notre parfum, nous pouvons envisager d'accepter les 5000 flacons supplémentaires.

Evidemment ces derniers ne seraient utilisés que dans un délai éloigné et par conséquent stockés pendant une assez longue période, ce qui représenterait pour nous des charges élevées et imprévues.

C'est pourquoi nous subordonnons l'achat des 5000 flacons supplémentaires à votre accord sur les points suivants :

- rabais de 10 % sur le prix normal de 5000 flacons, soit sur  $2 \times 5000 = 10\,000$  euros ;
- règlement du prix, rabais déduit, des 5000 flacons, en deux versements égaux les 30 novembre 2003 et 31 janvier 2004.

Nous pensons par ces propositions, établies au plus juste, vous être agréables. Elles procèdent en effet de notre volonté de ne pas porter tort à un fournisseur qui nous a toujours, et de longue date, donné satisfaction.

Dès que nous aurons connaissance de votre décision, notre transporteur prendra livraison des marchandises à votre dépôt. Vous serez informés, en temps utile, de son passage.

Veillez croire, Messieurs, à nos sentiments distingués.

Le Directeur  
M. Lachaussée



**Compréhension orale et expression écrite**

Proposition de compte rendu (Question 32)

**Concevoir un produit original**

Le pyjama Arthur a été le premier produit et le premier succès de la société Arthur. Au début des années 80, Mme Mercier, le PDG de la société, a remarqué que certains jeunes Américains appréciaient le pyjama de leur grand-père. Elle eut l'idée de lancer en France un pyjama semblable, un peu plus élégant, d'excellente qualité et, pour bien montrer que le pyjama Arthur était un produit haut de gamme, volontairement plus cher.

**Éviter le piège du monoproduit**

Pour éviter d'être dépendant d'un seul produit et pour atteindre des cibles différentes, d'autres vêtements du nom d'Arthur ont été créés (caleçons, chaussettes, cravates, pantoufles).

**Utiliser tous les réseaux de distribution**

Les produits Arthur sont distribués par différents réseaux, y compris par les grandes surfaces. Dans les hypermarchés, toutefois, les produits sont vendus sous la marque « Minuit-vingt » pour éviter toute banalisation du nom Arthur.

Dans les grandes surfaces, la société Arthur vend également des produits sous la marque du distributeur (cravates Auchan, chaussettes Carrefour). Il lui est ainsi plus facile de négocier et de faire référencer « Minuit-vingt ».

La société vend aussi ses produits par correspondance. Les prix peuvent tripler d'un produit à l'autre : par exemple, un pyjama Arthur coûte 39 euros, un « Minuit-vingt » de 20 à 25 euros et un pyjama vendu sous la marque du distributeur ne dépasse pas 15 euros.

**Créer les modèles, sous-traiter la production**

La société sous-traite la totalité de la fabrication, en ayant soin de choisir le meilleur fabricant. Par contre, elle crée ses propres modèles et attache beaucoup d'importance à la création.

**Vendre au-delà des frontières**

Dans l'avenir, Arthur, qui vend déjà dans de nombreux pays, entend développer ses exportations sur tous les continents.

(290 mots)

**© 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*