

EXEMPLE D'ÉPREUVES DIPLÔME DE FRANÇAIS PROFESSIONNEL **AFFAIRES C1**

Série n°2

ÉPREUVES COMPRENDRE ET TRAITER L'INFORMATION

ÉPREUVES INTERAGIR À L'ORAL

CORRIGÉ [pour l'enseignant(e)]

Le contenu des activités est fidèle au format numérique, mais la forme des activités a parfois été adaptée au format papier.

Pour en savoir plus :

Tutoriels : www.lefrancaisdesaffaires.fr/tests-diplomes/se-preparer/tutoriels-dfp/

Guide du candidat : www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2022/10/Guide-Candidat_DFP-Affaires.pdf

ACTIVITÉ 1

L'entreprise franco-espagnole **OLIVERT** produit et commercialise des huiles d'olive de qualité, produites en Espagne et en France. Elle est déjà bien implantée en Europe et en Afrique du Nord. Ses deux produits phares sont l'huile d'olive vierge et l'huile d'olive extra-vierge, disponibles sous plusieurs formats, de la bouteille de 50 centilitres au bidon de 5 litres.

L'entreprise souhaite ouvrir un nouveau magasin sous franchise dans un pays émergent, mais elle hésite entre l'Afrique du Sud et l'Inde.

Vous êtes consultant(e) pour **OLIVERT**. L'entreprise vous demande un rapport avec des préconisations.

Vous avez donc réuni un certain nombre de documents (documents 1 à 5).

Rédigez un rapport structuré et argumenté en vous appuyant sur les documents dont vous disposez.

*Vous respecterez le plan habituel des rapports pour **OLIVERT** :*

- *Rappel de la demande et objectif du rapport*
- *Description du marché indien*
- *Description du marché sud-africain*
- *Préconisations pour le choix de la nouvelle implantation*

DOCUMENT 1

La maison Olivert, fondée en 1928, est une entreprise riche de traditions qui s'appuie sur le savoir-faire acquis par ses producteurs successifs durant plusieurs générations. Les huiles d'olives vierges et extra vierges que l'entreprise fabrique sont obtenues uniquement par des procédés mécaniques. Pour la qualité de ses huiles, Olivert a été plusieurs fois primée dans les concours régionaux et nationaux.

L'entreprise a toujours été soucieuse de l'hygiène et de la qualité de l'huile qu'elle produit. Elle possède des atouts santé indéniables. L'huile d'olive vierge est utilisée pour la cuisson avec une teneur en acide plus faible. L'huile d'olive extra vierge est obtenue en pressant à froid le fruit de l'olive. C'est une huile renommée pour ses qualités gustatives.

Par la fraîcheur des olives écrasées et par son mode de fabrication, l'huile produite par Olivert est un pur jus de fruit 100% naturel.



Crédits image : pixabay.com

DOCUMENT 2

Le marché oléicole indien, un marché à conquérir !

Afin d'aider les fabricants et les exportateurs à mieux comprendre le commerce de l'huile d'olive en Inde, IBNA Research, une division de Indian Business News Agency (IBNA), a publié un rapport d'étude de marché intitulée "Olive Oil Forecast Indian Market 2020".

L'Inde est le 2^e pays le plus peuplé de la planète avec environ 1,1 milliard d'habitants. La consommation d'huile d'olive y augmente chaque année de 60%.

La demande du consommateur connaissant une forte croissance, l'Inde projette ainsi, grâce à l'importation d'huile d'olive, d'améliorer l'état de santé de ses habitants dont les habitudes alimentaires ne sont pas idéales en matière de corps gras.

L'Inde pourrait bien être le nouvel Eldorado pour les producteurs internationaux d'huile d'olive. Au cours des cinq dernières années (2014-2018), le marché de l'huile d'olive indien a fait preuve d'une formidable croissance. Malgré le fait que l'Inde ne produise pas une seule goutte d'huile d'olive, la demande d'huile d'olive a augmenté de jour en jour. Il y a assez de place pour chaque marque d'huile d'olive sur le marché indien, le marché a enregistré plus de 100% croissance en termes de volume au cours des trois dernières années.

La forte croissance économique de ces dernières années et l'augmentation de la conscience de la santé au sein de la nouvelle classe moyenne indienne riche, combinées à une plus grande exposition au mode de vie occidental, ont créé et soutenu une demande pour des alternatives alimentaires de bien-être, et les huiles d'olive sont bien placées pour être un produit leader dans cette catégorie.

D' après : files.eacce.org.ma et www.olive-info.eu (DR)

DOCUMENT 3

Afrique du Sud : Vacu-fresh réinvente le distributeur d'huile d'olive

Les Sud-Africains sont de plus en plus conscients des valeurs santé de l'huile d'olive et sont plus conscients des mérites de leurs propres huiles extra-vierges. La consommation annuelle d'huile d'olive dépasse maintenant 3,5 millions de litres, la demande locale en olives augmentant de 10% chaque année et d'au moins 20% en huile.

L'entreprise d'emballage sud-africaine Olives Go Wild a récemment mis au point un concept d'emballage pour lutter contre les effets négatifs de l'exposition à l'air et à la lumière. « Les clients hésitent à acheter de gros volumes d'huile d'olive, craignant l'oxydation. Nous voulions trouver un moyen d'offrir des volumes plus importants à des prix compétitifs tout en garantissant un produit supérieur », explique Linda Steenberg, responsable du projet Vacu-Fresh au sein de l'entreprise. « Les consommateurs sud-africains d'huile d'olive disposent maintenant du distributeur d'huile d'olive Vacu-Fresh, un tube en carton entièrement recyclable contenant un sac anaérobie pliable contenant 1,25 l, 3 l ou 5 l d'huile d'olive extra vierge de haute qualité.

D' après : www.oliveitimes.com (DR)

DOCUMENT 4

Le comportement des consommateurs en Inde

Le comportement des consommateurs en Inde est fortement influencé par les relations de proximité renforcées entre personnes du même groupe social. Ainsi, la publicité d'une marque fonctionne beaucoup via les recommandations des proches et le bouche-à-oreille.

En général, les consommateurs indiens deviennent de plus en plus attachés aux marques sans pour autant rester fidèles à une seule d'entre elles. En effet, ils recherchent surtout la valeur ajoutée de l'achat et de la marque, plus que sa réputation. Les entreprises souhaitant atteindre le plus de consommateurs possible doivent fournir d'importants efforts en termes de pénétration du marché.

La croissance du secteur du luxe est considérée comme limitée. En revanche, ces dernières années, les consommateurs des zones rurales se sont affirmés. Un accès plus large à internet permet une croissance importante du e-commerce.

D' après : www.import-export.societegenerale.fr (DR)

DOCUMENT 5

Le marché de l'huile d'olive se développe en Afrique du Sud

Selon une étude publiée par l'ICEX España Exportación e Inversiones, le marché de l'huile d'olive et des olives de table en Afrique du Sud s'est considérablement développé ces dernières années. Avec l'expansion du marché, la demande locale a augmenté et l'offre reste toujours en croissance.

Pour l'huile d'olive, la demande dépasse la production locale, de sorte que le marché est toujours dominé par les produits importés. En effet, le marché est toujours dominé par les produits importés. Parmi les principaux pays exportateurs d'huile d'olive vers l'Afrique du Sud figurent l'Espagne, l'Italie, le Portugal et la Grèce; tandis que les pays exportateurs d'olives varient selon la politique tarifaire, mais en général l'Espagne apparaît comme l'un des principaux pays d'origine des produits importés. La production d'huile d'olive sud-africaine est très concentrée et 10% des producteurs locaux sont responsables de 90% des huiles disponibles sur le marché, ne laissant que 10% aux très petits producteurs locaux.

À l'image de ce qui s'est passé sur d'autres marchés, l'huile d'olive est de mieux en mieux acceptée par la population et sa consommation augmente. Ainsi, l'huile d'olive commence à être utilisée comme substitut à d'autres graisses animales et végétales, et l'intérêt grandissant de la population pour un style de vie et une alimentation plus sains favorise la consommation de ce produit.

Cependant, malgré la croissance du marché, sa taille reste modeste. Si l'Afrique du Sud compte 56 millions d'habitants, on ne peut pas considérer que la totalité de cette population constitue le marché objectif de l'huile d'olive. Pour une large part de la population, ce produit est peu connu et reste hors d'atteinte de son pouvoir d'achat.

D' après : www.mercacei.com (DR)

VOTRE RAPPORT (180-250 mots environ) PROPOSITION DE CORRIGÉ

Rapport OLIVERT

Rappel de la demande et objectif du rapport

Les huiles d'olive OLIVERT sont reconnues pour leurs qualités naturelles. Bien implantée en Europe et en Afrique du Nord, l'entreprise souhaite désormais explorer un marché émergent, tel que celui de l'Afrique du Sud ou de l'Inde en y implantant un magasin sous franchise.....
Ce rapport analysera ces deux marchés et proposera des préconisations sur le marché le plus favorable.....
.....
.....

Description du marché indien

Le marché indien de l'huile d'olive est immense (plus d'un milliard d'habitants) et en forte croissance (+60% par an).....
Les consommateurs s'attachent aux qualités du produit plus qu'à sa seule réputation, même si l'image de marque tend à prendre de l'importance.....
Par ailleurs, la classe moyenne riche, clientèle « naturelle » pour les produits de qualité d'Olivert, est aussi en augmentation.....
.....

Description du marché sud-africain

Le marché sud-africain de l'huile d'olive est en développement rapide : ce produit est mieux accepté et sa consommation augmente. Les huiles d'importation d'origine espagnole sont bien placées, et les produits sains et naturels tels que les huiles Olivert sont de plus en plus attractifs. De nouvelles modalités d'emballage, telles celle proposée par Vacu-Fresh, pourraient servir la distribution d'huile en plus gros volumes (3 à 5 litres). Néanmoins, ce marché reste modeste.....
.....

Préconisations pour le choix de la nouvelle implantation

L'analyse plaide pour le marché indien, largement plus favorable aux produits Olivert.....
Pour s'implanter, Olivert pourra communiquer vers les populations urbaines aisées, en favorisant le bouche-à-oreille.....
Pour étendre son marché, la distribution des produits Olivert sous des formats plus volumineux (grâce à une solution d'emballage du type Vacu-Fresh, via Internet est une piste à explorer.....
.....

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra rédiger un texte dans la zone prévue à cet effet. Un pavé numérique sera à votre disposition pour les accents et la ponctuation.

ACTIVITÉ 2

Vous êtes responsable du service Ressources humaines dans une grande entreprise francophone et vous vous intéressez particulièrement aux grandes évolutions du travail dans l'entreprise de demain.

Vous assistez aujourd'hui à une table ronde dans le cadre du forum sur le thème : « Transformation du travail : à quoi ressemblera l'entreprise de demain ? »

Table ronde : Transformation du travail : à quoi ressemblera l'entreprise de demain ?

Animation : - Djiby Seck

Intervenant(e)s : - Lisa Guardini, *PlanAlto*
- Éric Larsen, *Hermod Media*
- Alexandre Danilo, *ESM Europa*

Écoutez les différentes interventions (document audio) et prenez des notes.



AFF_C1_ExEpreuve_S2_Act2.mp3

Puis rédigez un compte rendu synthétique et objectif de cette table ronde à l'intention de vos collaborateurs/collaboratrices.

Vous respecterez le plan habituel de votre entreprise :

- *Présentation du thème*
- *Identification des problématiques traitées*
- *Présentation des points de vue des différent(e)s intervenant(e)s*

VOTRE COMPTE-RENDU (230-300 mots environ) PROPOSITION DE CORRIGÉ

Transformation du travail : à quoi ressemblera l'entreprise de demain ?

Table ronde avec : - Lisa GUARDINI, PlanAlto
- Éric LARSEN, Hermod Media
- Alexandre DANILO, ESM Europa

Compte rendu

Présentation du thème

Cette table ronde explorait le thème de la mutation du travail et des modes de management à l'ère des nouvelles technologies.....

Identification des problématiques traitées

- 1. une nouvelle organisation hiérarchique dans l'entreprise.....
- 2. l'importance de la formation continue et de la communication entre les salariés.....
- 3. l'impact de la transformation numérique dans l'organisation des entreprises.....

Présentation des points de vue des différent(e)s intervenant(e)s

- 1. Une nouvelle organisation hiérarchique dans l'entreprise :.....
 - Lisa Guardini : le manager n'est plus le « héros » décideur, mais il est au service de son équipe, jusqu'à se rendre inutile.....
 - Éric Larsen : dans l'entreprise, moins de hiérarchie verticale.....
 - Alexandre Danilo : plus d'esprit entrepreneurial chez les jeunes.....
- 2. L'importance de la formation continue et de la communication entre les salariés.....
 - Alexandre Danilo : la maîtrise du digital par les jeunes transforme la vie des entreprises. Le partage des connaissances et des compétences entre « anciens » et « nouveaux » collaborateurs est mieux équilibré, leur collaboration passe par une meilleure communication.....
 - Éric Larsen : la formation permanente est la clé, car l'organisation dans l'entreprise va changer radicalement, pour s'adapter à une compétition accrue.....
- 3. L'impact de la transformation numérique dans l'organisation des entreprises.....
 - Éric Larsen : toutes les entreprises, tous les métiers ne vont pas changer, mais l'intelligence artificielle va révolutionner certains domaines (ex. assurances). Elle va fortement impacter l'organisation de toutes les entreprises.....
 - Lisa Guardini : la nouveauté, c'est la place centrale donnée à l'utilisateur. Le numérique provoque un changement de culture graduel, que les entreprises doivent organiser.....

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra rédiger un texte dans la zone prévue à cet effet. Un pavé numérique sera à votre disposition pour les accents et la ponctuation.

ACTIVITÉ 3

Vous travaillez au département Marketing de l'entreprise *Desko*, fabricant de mobilier de bureau. Votre entreprise va lancer un nouveau modèle de chaise de bureau sur le marché.

À la demande de votre responsable, vous rédigez un projet de texte promotionnel pour les pages "Actualités commerciales" d'un magazine grand public.

Pour présenter ce nouveau produit, vous mettez en avant ses qualités dans un texte attractif.

IDENTIFICATION DU PRODUIT

Désignation : LIZA Confort

Marque : Desko

Modèle : Chaise ergonomique de bureau

Référence : LZ-CONF

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

Matière :

- Dossier et assise : coque de protection antichoc en polypropylène ; mousse haute densité 30 kg/m³ ; revêtement tissu 100% acrylique
- Piètement : acier chromé

Dimensions :

- Dossier : L 42 x H 53,3 cm
- Assise : L 48 x P 47 cm

Réglage :

- Dossier : réglage en hauteur par molette de serrage ; inclinaison réglable 10 positions
- Assise : réglage en hauteur de 39 à 52 cm ; inclinaison réglable 3 positions

Équipement :

- Dossier avec support lombaire (coussin placé entre le support et la mousse du dossier) contre le mal de dos
- Assise ergonomique triple galbe
- Levier de blocage/réglage dossier/assise synchronisé
- Mousse centrale à mémoire de forme
- Piètement en acier chromé ; 5 roulettes Ø 50 mm

Options :

- Appuie-tête réglable
- Roulettes Ø 50mm pour sol souple (textile/moquette)
- Extension de garantie 3 ou 5 ans

Modèle certifié UNE EN 1335



Credits image : Pixabay.com

QUALITÉ : ★★★★★

ERGONOMIE : ★★★★★

SOLIDITÉ : ★★★★★

CONFORT : ★★★★★

CARACTÉRISTIQUES COMMERCIALES

Prix : 179,99 euros

Frais de livraison : 29,00 euros

Délai de livraison : 10 jours

Garantie : 2 ans

VOTRE PROJET DE TEXTE PROMOTIONNEL (110-150 mots environ) PROPOSITION DE CORRIGÉ

.....

LIZA confort, par Desko : le confort par excellence !

.....

Fatigué(e) d'être fatigué(e) après une longue journée de travail assis(e) devant votre ordinateur ?

Les courbatures, les douleurs cervicales, le mal de dos ne sont plus une fatalité ! Desko a créé pour vous *LIZA confort*, la chaise de bureau ergonomique la plus confortable qui soit.

.....

Voyez plutôt : dossier et assises ergonomiques entièrement réglables, support lombaire contre le mal de dos, mousse à mémoire de forme, et même un appui-tête réglable (en option), Desko a mis tout en œuvre pour vous offrir la solidité et le confort auquel vous avez droit, le tout certifié UNE EN 1335.

.....

D'ailleurs, il n'en coûtera pas plus de 179,99 euros à votre patron.

.....

Alors, levez-vous et courez lui demander une chaise LIZA confort !

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra rédiger un texte dans la zone prévue à cet effet. Un pavé numérique sera à votre disposition pour les accents et la ponctuation.

SUJET CANDIDAT(E)

ACTIVITÉ 1

Préparation : 15 minutes [recommandé]
Passation : 10 minutes

Situation :

Vous êtes commercial(e) pour l'entreprise *Ektromat* qui commercialise du matériel informatique.

Tâche :

Vous rencontrez un(e) client(e) intéressé(e) par l'achat de souris pour ordinateur et vous tentez de le/la convaincre d'acheter l'un des trois modèles proposés dans votre catalogue.

Menez la négociation commerciale avec votre client(e) en respectant les phases habituelles de vente :

- *Se présenter à votre client(e)*
- *Identifier les besoins de votre client(e)*
- *Résumer les besoins*
- *Faire une proposition adaptée*
- *Argumenter*
- *Présenter le prix*
- *Proposer un devis à votre client(e)*
- *Conclure / Rassurer*
- *Prendre congé de votre client(e)*

VOTRE CARTE DE VISITE

EKTROMAT

**Vous [candidat(e)]
Commercial(e)**

Vous[candidat(e)]@ektromat.com

Boulevard Maurice Lemonnier 90
1000 Bruxelles, Belgique
Tél. : + 32 2 740 15 81
www.ektromat.com

EXTRAITS DU CATALOGUE DE L'ENTREPRISE

Ref. KDM-3D
3Dconnect KaD-Mouse



Puissance, précision, ergonomie

- Design compact et ergonomique
- Bouton central + molette intelligente : accès rapide à vos commandes de CAO
- Capteur optique haute précision 7 200 dpi à économie d'énergie
- Câble USB ou connexion Bluetooth (sans fil)
- Batterie Li-ion rechargeable Autonomie 2 mois
- Compatibilité : Windows®, MacOS®
- Dimensions : 110 x 67 x 38 mm ; Poids 110 g

Modalités de paiement :
En 3 mensualités sans frais

Garantie légale : 2 ans (réparation / remplacement)
Option extension de garantie à 3 ans (+19€HT) ; à 5 ans (+29€HT)

Délai de livraison : 5 jours
Livraison 48h Chrono en option (forfait 79€HT)

Prix : 119.00 € HT

Ref. OP45
OptiKompakt 45



Fiable, pratique, flexible

- Compacte, 3 boutons (clic droit, clic gauche, molette)
- Conception droitier/gaucher adaptée à tous
- Capteur optique réglable : 1000 ou 1600 dpi
- Sans fil, alimentation par pile AA (incluse). Mode avec fil (USB) en option (gratuite)
- Compatibilité : MacOS®, Windows®
- 4 couleurs disponibles : bleu (OP45B) rouge (OP45R) noir OP45N) gris (OP45G)
- Dimensions : 104 x 61 x 35 mm
- Poids : 72 g

Modalités de paiement :
cf. Conditions de règlement

Garantie légale : 2 ans (réparation / remplacement / remboursement)

Délai de livraison : 3 jours
Livraison 24h Chrono en option (forfait 79€HT)

Prix : 24.00 € HT

Ref. ULTRA
UltraSF



Ultra compacte, ultra légère, ultra portable

- Mini Souris Optique sans Fil Connectivité sans fil 2,4 GHz
- Batterie 400mAh Li-ion rechargeable, autonomie 3 mois
- Clic silencieux Silent click™,
- Ultra Mince (1,7 cm)
- Capteur optique 1200 DPI
- Pour PC, ordinateur portable, ou tablette
- Bicolore Blanc/vert ou Noir/gris
- Compatibilité : Windows®, MacOS®, Linux
- Dimensions : 9,7 x 5,7 x 1,7 cm
- Poids : 56 g

Modalités de paiement :
cf. Conditions de règlement

Garantie légale : 2 ans (réparation / remplacement / remboursement)

Délai de livraison : 2 jours
Livraison 24h Chrono en option (forfait 79€HT)

Prix : 14.99 € HT

Crédits image : pixabay.com

DEVIS

EKTROMAT

Boulevard Maurice Lemonnier 90
1000 Bruxelles, Belgique
Tél. : + 32 2 740 15 81
www.msdos-societe.com

M. /Mme
Adresse :
.....

Date :
N° Contrat :

Technicien : FD

DEVIS n°

Désignation	Quantité	Prix HT	TVA 10%	Prix TTC
3Dconnect KaD-Mouse Ref. KDM-3D				
OptiKompakt 45 Ref. OP45				
UltraSF Ref. ULTRA				
Options Livraison				
Options Garantie				
TOTAL				

Validité du devis : 1 mois

Conditions de règlement* : 40% à la commande, le solde à la livraison

*hors opération spéciale

Si ce devis vous convient, veuillez nous le retourner signé, précédé de la mention
« Bon pour accord et exécution du devis au montant TTC du devis ».

Pour le client

Pour EKTROMAT

.....

.....

SUPPORT POUR L'ANIMATION ET L'ÉVALUATION

Préparation : 3 minutes [recommandé]
Passation : 2,5 minutes

Rôle :

Vous êtes intéressé(e) par l'achat de souris pour ordinateur et vous vous adressez au/à la commercial(e) de la société *Ektromat* pour qu'il/elle vous conseille.

La négociation entre le/la commercial(e) [le/la candidat(e)] et vous-même se fera en 9 étapes :

1. Présentations
2. **Identification des besoins ***
3. Résumé des besoins
4. Propositions formulées par le/la commercial(e)
5. **Argumentation***
6. Présentation du prix
7. Proposition de devis par le/la commercial(e)
8. Conclusion / paroles rassurantes du/de la commercial(e)
9. Derniers échanges avant de prendre congé

Pistes pour l'interaction :

* **Étape 2 : Identification des besoins :** Bien entendu, votre choix de souris pour ordinateur dépendra des besoins de votre entreprise. Vous choisirez le profil de votre entreprise (moyenne entreprise étude d'architecture / grande entreprise / moyenne entreprise agroalimentaire). En fonction du profil de votre entreprise, prenez connaissance de vos besoins dans le tableau ci-dessous et répondez au/à la commercial(e).

* **Étape 5 : Argumentation :** Lorsque le/la commercial(e) vous fera des propositions et argumentera (étape 5 de la négociation), vous lui ferez des objections en vous appuyant sur les points mentionnés dans le tableau ci-dessous :

	Profil 1 Moyenne entreprise, étude d'architecture	Profil 2 Grande entreprise	Profil 3 Moyenne entreprise agroalimentaire
Ref. produit	Ref. KDM-3D	Ref. OP45	Ref. ULTRA
* Étape 2. Vos besoins	<ul style="list-style-type: none"> • 45 collaborateurs (conception, graphisme, traitement des images) • Souris performante, multifonction • Modèle très fonctionnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Équipement des nouveaux bureaux (250 souris) • Souris robuste et simple • Cliquer / molette • Prix réduit 	<ul style="list-style-type: none"> • Pour 25 commerciaux se déplaçant beaucoup (équipés de tablettes ou ordi ultraportables) • Souris petite, légère • Livraison au plus tôt
* Étape 5. Vos objections	<ul style="list-style-type: none"> • Délai de livraison trop long • Garantie trop courte • Prix élevé : geste commercial ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarif à négocier (quantité importante) • Coloris bleu et gris (cf. logo de l'entreprise) • Sans fil : peu pratique, se perd facilement 	<ul style="list-style-type: none"> • Frais de livraison élevé • Compatible tous système d'exploitation? (Linux ? Apple ?) • Disponible en noir ?

* * *

SUJET CANDIDAT(E)

ACTIVITÉ 2

Pas de préparation
Passation : 5 minutes

Situation :

Vous passez un entretien de recrutement pour un nouveau poste dans une entreprise.

Vous avez déjà présenté votre profil et votre parcours (probablement en langue maternelle).

Comme le poste que vous visez demande des compétences de communication en français, la fin de l'entretien se déroule en français.

Tâche :

Votre interlocuteur vous pose une à deux questions auxquelles vous apporterez une réponse développée, détaillée et argumentée.

SUPPORT POUR L'ANIMATION ET L'ÉVALUATION

Préparation : 3 minutes [recommandé]
Passation : 2,5 minutes

Rôle :

Vous travaillez pour une entreprise et vous êtes chargé(e) de recruter un(e) nouveau/nouvelle collaborateur/collaboratrice.

Le/La candidat(e) a postulé et a été retenu(e) pour passer un entretien de recrutement. On imagine que le/la candidat(e) a déjà présenté son profil et son parcours (probablement en langue maternelle).

Comme le poste visé par le/la candidat(e) requiert des compétences de communication en français, la fin de l'entretien se déroule en français.

Le/La candidat(e) doit répondre à une ou deux questions de façon développée, détaillée et argumentée.

Lancement de l'interaction :

Lancez le/la candidat(e) de la façon suivante :

Vous : « Bien, nous allons maintenant poursuivre cet entretien en français.
Je vais vous poser quelques questions.
Tout d'abord... (formulez la question). »

Liste de questions possibles :

Pour ne pas mettre inutilement le/la candidat(e) en difficulté, vous choisirez une à deux questions pertinentes en fonction du profil du/de la candidat(e) (étudiant ou professionnel).

Thème : Autorité / Management

1. Qu'attendez-vous d'un(e) bon(ne) manager ?

Thème : Éthique

2. Quelles valeurs recherchez-vous dans une entreprise ?

Thème : Attitudes/Relations au travail

3. Qu'est-ce qui peut favoriser le travail d'équipe ?

Thème : Autres questions

4. Doit-on séparer vie professionnelle et vie privée ?

* * *

Activité 2 (AFF_C1_ExEpreuve_S2_Act2.mp3)

Animateur : Quel visage aura l'entreprise de demain et quelles sont les grandes mutations du travail ? Ce débat va tenter d'éclairer ces questions. Pour y répondre, à mes côtés, Lisa Guardini, cofondatrice et présidente de PlanAlto, une société d'investissement qui accompagne aujourd'hui près de 350 start-ups, Éric Larsen, directeur du grand groupe de communication Hermod Media, et Alexandre Danilo, qui est le directeur général de la grande école de management ESM Europa.

Alors, pour démarrer, Lisa Guardini, pourriez-vous me dire quelle mutation vous sentez dans ce monde digital avec lequel vous êtes née et dans lequel vous opérez ?

Lisa Guardini : En fait, si je devais résumer, en trois règles à retenir... La première, c'est qu'il y a un état d'esprit, je dirais... de l'abondance versus celui de la rareté, qui primait avant dans l'ancienne économie. C'est-à-dire que, il y a l'idée que, on n'est plus déterminé uniquement par son talent mais que le fait d'apprendre et de travailler peut vraiment faire la différence. D'où les problématiques de l'apprentissage continu qui se posent aujourd'hui dans les grandes entreprises. Il y a une deuxième règle, si je puis dire, c'est que le manager, d'abord dans les start-ups mais finalement de plus en plus dans de grands groupes qui innovent, n'est pas celui qui décide et qui donne les règles mais celui qui se met au service de son équipe. Et enfin, troisième chose que je constate, c'est que le leader lui-même va chercher à se rendre inutile et non pas à paraître comme un héros providentiel qui va faire la réussite de sa boîte.

Animateur : Éric Larsen, le leader inutile, ce nouveau visage de l'entreprise... Que peut-on dire de tout cela ?

Éric Larsen : Je ne vais certainement pas apporter la contradiction à Lisa, mais c'est très difficile de déduire ce que sera le visage de l'entreprise de demain. Il y a autant de visages qu'il y aura d'entreprises. Il y a quelques éléments communs : le premier, c'est effectivement une organisation plate où il y aura un système horizontal et beaucoup moins de hiérarchie, ça c'est la première chose qui sera probablement constante. La deuxième chose, c'est que l'esprit entrepreneurial est quelque chose qui est en train de se développer considérablement. Une étude qui va être publiée très bientôt montre que 22% de nos compatriotes souhaitent créer leur start-up ! La troisième chose, c'est que l'intelligence artificielle, la technologie, va changer radicalement la façon de travailler et un point sur lequel, je suis d'accord, c'est, bien sûr, la formation permanente : il faut constamment améliorer son jeu, améliorer ses performances, apprendre... Et cet apprentissage continu va être la clef de voûte du système de demain. Voilà, en quelques mots...

Animateur : Alexandre Danilo, d'après vous, le nouveau visage de l'entreprise et ses évolutions ?

Alexandre Danilo : Alors, peut-être que du point de vue de la formation, ce qu'on observe, c'est une transformation considérable du comportement des jeunes par rapport à l'entreprise. Je prendrai quelques exemples : il y a deux jours, on m'apprend que 840 étudiants de l'ESM Europa sur 13 000 sont mécontents de la façon qu'on a de leur enseigner la blockchain. Vous allez me dire « mais que fait la blockchain dans une école de management ? ». Eh bien, en fait, ces étudiants ont parfaitement compris que la maîtrise du digital, de ses évolutions, fait partie de l'entrepreneuriat et du travail qu'ils auront à effectuer demain, que ce soit au sein d'une entreprise ou de l'entreprise qu'ils vont créer. C'est un exemple de ce qui aujourd'hui, est en train d'émerger dans les écoles comme savoir mais aussi comme comportement, comme rapport à la société, comme rapport à l'entreprise, complètement différents. Et pour illustrer d'un mot encore, aujourd'hui, en Master 2, un quart de nos étudiants a déjà créé une entreprise ou la dirige. Donc, les chiffres du point de vue de cette jeunesse illustrent parfaitement ce que vient de nous dire Éric Larsen.

Animateur : Alors, merci à tous les trois de ces premiers propos liminaires quant au nouveau visage de l'entreprise. Mais que sera l'entreprise susceptible d'embaucher cette nouvelle génération de jeunes ?

Éric Larsen : Oui. Je me méfie beaucoup des termes d' « entreprise de demain » parce qu'on a l'impression que tout d'un coup tout va changer. En réalité, ce qui va se passer, c'est qu'il va y avoir des entreprises qui vont rester à peu près ce qu'elles sont, d'autres qui vont se transformer radicalement et qu'il va y avoir des entreprises toutes nouvelles qui vont venir, vont créer des disruptions et qui vont changer les métiers anciens. On peut prendre l'exemple de Uber : ils ont un peu changé le métier de transport personnel mais il y a toujours une voiture, il y a toujours un chauffeur... la différence, c'est qu'il y a une plateforme numérique et le reste, reste fondamentalement le même. Et il y a des métiers où ça va changer de manière plus profonde, par exemple dans les métiers de la finance ou de l'assurance, parce qu'effectivement beaucoup de ces métiers ou beaucoup de parties de ces métiers vont être réalisées par des outils, technologiques, de support. Et puis, il y a l'organisation dans l'entreprise. Ça va changer radicalement. Qu'on le veuille ou non, que les gens aient envie ou pas de se transformer, ils seront obligés de se transformer pour plusieurs raisons : la première raison, c'est

la compétition et le fait que leur système actuel ne tienne plus la route et que face à des compétitions et des concurrents qui viennent de différents endroits, les entreprises sont obligées de s'adapter, de se transformer, de changer.

Animateur : Lisa Guardini ?

Lisa Guardini : Oui, je voulais revenir à ce que disait Éric Larsen sur l'aspect « innovation » dans le métier du transport en ville. C'est vrai que, technologiquement, ce n'est pas fou ! Il n'y a pas eu de disruption absolue. Mais par contre, ce qui a été révolutionnaire, c'est de placer au cœur de tout le produit, l'utilisateur. Et c'est ça qui a complètement bouleversé ce marché. Et en fait, cette transformation numérique, tout son problème, c'est un problème de culture, de culture numérique, c'est comment est-ce qu'on « s'adapte », comment on « l'adopte » et comment est-ce que ces résistances, petit à petit, on arrive à les dépasser. Moi, je reste très optimiste là-dessus.

Animateur : Alexandre Danilo, on évoque donc la digitalisation, vous en pensez quoi exactement ?

Alexandre Danilo : Eh bien, clairement, ce qui compte maintenant, c'est de savoir échanger, c'est de savoir travailler avec les autres, la grande différence qu'on a, c'est qu'on a maintenant des entreprises qui ont l'obligation de travailler beaucoup plus en tribus. Et puis, on a un phénomène un peu particulier : la digitalisation ; vous avez des jeunes générations qui dans l'entreprise maintenant maîtrisent des choses que les managers ne maîtrisent pas du tout. Avant, vous aviez dans la relation d'entreprise, des gens qui avaient des connaissances que les jeunes de 25 ans n'avaient pas. Et là, vous arrivez dans une entreprise où les jeunes possèdent un certain nombre de capacités, de compétences, que ceux du dessus n'ont pas ; et donc on a des modes de fonctionnement dans lesquels, il faut essayer de tenir compte de ce que nous apportent tous ces jeunes collaborateurs. Et dans une entreprise, ce n'est pas si évident que ça, parce que ça implique qu'il faut savoir contourner le mode de management ancien. Donc, l'entreprise de demain, c'est une entreprise dans laquelle on veut pouvoir utiliser tout de suite tout ce que savent les nouveaux arrivants. Pour moi, c'est vraiment un changement majeur.

* * *