

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

Office de la Formation Professionnelle Et de la Promotion du travail

Direction Recherche et Ingénierie de la Formation

Examen de Fin de Formation

Session juillet 2017

Filière : Technicien spécialisé en Commerce

Epreuve : Synthèse V 2

Durée : 5 heures

Barème : 120 points

Document(s) et matériel(s) autorisé (s) :

Liste des comptes du plan comptable générale à l'exclusion de toute autre information
Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome

Document(s) et matériel(s) strictement interdits

L'usage des téléphones portables
L'utilisation des feuilles de brouillon personnelles ou non cachetées.

Conseils pour la réussite de votre examen :

- 1) Inscrivez votre identification complète sur chaque feuille d'examen.
- 2) Reproduisez le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse.
- 3) Commencez vos réponses à partir de la deuxième page.
- 4) Procédez la pagination des pages des copies de réponse.
- 5) Recopiez le N° du dossier pour chacune des réponses correspondantes
- 6) Assurez-vous d'avoir reçu la totalité des pages de l'épreuve.
- 7) NB : les deux parties : Théorie et Pratique sont à traiter obligatoirement pour éviter la note éliminatoire.

Partie	N° dossier	Travaux à réaliser	Note par dossier
théorie	D1	Techniques juridiques à l'international	/10
	D2	Management de la relation client	/10
	D3	Introduction au droit commercial	/10
	D4	Commerce électronique	/10
Total théorie			/40 points
pratique	D5	Marketing international / Environnement international	/25
	D6	Management de la force de vente	/20
	D7	Technique logistiques du commerce international	/25
	D8	Paielements et financements à l'international	/10
Total pratique			/80 points
Total général			/120 points

THEORIE :

(40 points)

Vous êtes sur le point d'obtenir votre diplôme et de vous lancer dans la vie active. A cet effet, le stage est un passage constructif qui vient compléter votre formation. L'entreprise AGRUMA est spécialisée dans la fabrication des jus. Elle opère tant au niveau national qu'au niveau international. Elle vient de vous accorder un stage pré-embauche. Celui-ci consiste à faire le tour des divers services de l'entreprise où l'on vous demandera de mettre en pratique ce que vous avez acquis pendant votre formation.

Dossier 1 : Techniques juridiques à l'international / (10 points)

Votre première mission durant ce stage sera d'assister le conseiller juridique de l'entreprise. Celui-ci n'étant pas très à l'aise avec les opérations à l'international, vous expose le problème d'AGRUMA avec son fournisseur et vous demande conseil.

- Le 01/04/2017, la société Agruma a envoyé une offre à son client canadien concernant un nouveau jus à base de fruits exotiques.
- Cette offre est valable 30 jours.
- Le 20/04/2017, le client a reçu l'offre contre un accusé de réception.
- Le 15/05/2017, ce client a accepté l'offre et a demandé à Agruma de préparer le contrat.
- Agruma refuse car selon elle, l'offre n'est plus valable.

1. D'après la convention de Vienne sur la vente internationale de marchandises, Agruma a-t-elle le droit de révoquer cette offre ? **(1 point)**. Justifier **(3 points)**
2. Dans ce cas, quelles sont les obligations de la société Agruma ? **(3 points)**
3. Quel est l'avantage de l'écrit dans un contrat de vente à l'international ? **(3 points)**

Dossier 2 : Management de la relation client / (10 points)

Après votre passage au service juridique, votre tuteur compte vous affecter au service commercial pour remplacer une collaboratrice en congé de maternité. Avant ceci, il aimerait tester vos connaissances sur la fidélisation.

La fidélisation client est un concept propre à la gestion de la relation client qui est fondé sur la notion de continuité de la relation commerciale. Dans ce cadre, la fidélisation est une technique marketing dont l'objectif est de « conserver » les bons clients en construisant et développant des

relations étroites et privilégiées. La fidélisation est une démarche globale qui peut recourir à de nombreuses actions et à la mise en place de multiples dispositifs.

Ainsi, les actions de fidélisation clients reposent sur une bonne connaissance client. La gestion des données propres à l'entreprise (données d'entreprise, positionnement des concurrents) et l'information client (connaissance client, valeur client) sont au cœur des stratégies marketing de fidélisation. La fidélisation consiste à enrichir constamment les fichiers clients et les bases de données clients sur la base des informations recueillies par l'entreprise...

Cet enrichissement des données permet à l'entreprise d'analyser son portefeuille client afin de proposer des offres ciblées par segment de client de façon, de prédire le risque d'attrition et de pallier à ce risque par des actions et des offres ciblées.

1. Définir les concepts suivants : Portefeuille client, la valeur client. **(2 points)**
2. Expliquer la phase soulignée. **(2 points)**
3. Citer et expliquer les stratégies de fidélisation. **(2 points)**
4. Quels sont les informations qui doivent figurer au niveau du fichier client ? **(2 points)**
5. Donner deux outils de la fidélisation **(2 points)**

Dossier 3 : Introduction au droit commercial / 10 pts

Durant votre stage, vous avez rencontré le fondateur de l'entreprise AGRUMA. Celui-ci vous a donné goût à l'entrepreneuriat. Suite à cela, vous avez suivi une formation et vous faites désormais partie des porteurs de projet. Une association d'aide au financement de micro-projets, aimerait évaluer vos connaissances en droit commercial et vous demande de répondre à ces questions :

1. Citer et expliquer les différentes opérations sur le fonds de commerce ? **(6 points)**
2. Dans quels cas un mineur pourrait devenir commerçant et reprendre votre activité ? **(2 point)**
3. En tant que commerçant, expliquer en quoi le recours au tribunal de commerce peut être plus intéressant que le recours au tribunal de droit civil ? **(2 points)**

Dossier 4 : Commerce électronique / 10 pts

Votre projet consiste à faire une affaire électronique. L'association d'aide au financement de micro-projets aimerait s'assurer que vous avez suffisamment de connaissances dans le domaine dans lequel vous lancez. Elle vous demande de répondre aux questions suivantes :

Difficile de se trouver une place sur les moteurs de recherche lorsqu'on est E-Commerçant. De nombreux **sites marchands** se battent aujourd'hui pour occuper les premières lignes dans les résultats des moteurs de recherche. Néanmoins, celles-ci ne mettent pas toujours en place les bonnes techniques pour améliorer leur visibilité. C'est pour cela que nombreuses entreprises ont recours à des agences spécialisées en techniques de référencement et de e-marketing. Une attention particulière est également attribuée à l'**interface** du site. Celui-ci se doit être ergonomique, intuitif et constamment mis à jour.

1. Définir les mots soulignés. **(2 points)**
2. Citer et expliquer les différents types de site ? **(3 points)**
3. Expliquer la phrase suivante : « *De nombreux sites marchands se battent aujourd'hui pour occuper les premières lignes dans les résultats des moteurs de recherche* ». **(3 points)**
4. Quelles sont les conditions auxquelles doit répondre l'interface d'un site e-commerce pour qu'il soit ergonomique ? **(2 points)**

PRATIQUE :

(80 points)

Dossier 5 : Marketing international / Environnement international /25 pts

Vous êtes de retour à l'entreprise AGRUMA pour votre stage et c'est au tour du service marketing de vous accueillir. A cet effet, le responsable marketing vous soumet l'article suivant et vous demande de répondre aux questions.

C'est le temps de faire fructifier les investissements pour Agruma. Le producteur de jus d'orange marocain célèbre « Agadir » veut désormais changer de dimension au plan commercial et se lancer à l'international.

Avec son plan d'investissement actuel, l'entreprise a pour objectif de doubler son chiffres d'affaires tant au niveau national qu'au niveau international dans un délai de deux à trois ans. Pour cela, elle dispose clairement des moyens matériels et humains qui lui permettront de réaliser cet objectif.

En effet, la société avait annoncé avoir obtenu un prêt de 3,6 millions d'euros. Cette enveloppe est destinée à financer son expansion et son plan d'investissement.

Agruma qui emploie 200 salariés à plein temps et une cinquantaine de saisonniers, produit à Kénitra plus de 14 millions de litres par an pour un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions d'euros. Elle tient également à sécuriser ses approvisionnements en amont puisqu'en plus des terres qui lui appartiennent, l'entreprise a également un contrat avec l'Etat marocain qui lui permet d'investir dans de nouveaux vergers.

Arguma vend les trois quarts de sa production de jus de fruits sur le marché marocain. Le quart restant de la production est exporté vers le Maghreb, l'Afrique, l'Europe et même le Canada. En effet le vrai challenge de l'entreprise est de pouvoir s'internationaliser, surtout en France car la marque « Agadir » telle que connue au Maroc, avec son positionnement de jus naturel au goût de l'orange marocaine et authentique, y est déjà connue pour avoir été vendue avec succès dans les années 90. A lui seul, le marché français a de quoi faire rêver. Il s'est élevé, en 2013, à 758 millions de litres pour le jus d'orange. Mais ce marché est déjà fortement encombré et désormais stagnant.

L'entreprise trouve aussi beaucoup de mal à diversifier son offre et à se lancer dans d'autres jus de fruits. La marque reste malheureusement très peu connue notamment dans l'Afrique et le Canada où la communication est quasi-inexistante. L'entreprise compte augmenter sa notoriété à travers une politique de communication standardisée et de conforter sa place à l'international en s'intéressant à d'autres pays notamment ceux de l'Afrique.

Sous dossier 1 : Marketing international (20 points)

1. Identifier, sous forme de tableau, les opportunités et les faiblesses de l'entreprise Agruma *spécialisée dans la fabrication des jus*. (6 points)
2. Quels sont les moyens mis en œuvre par Agruma pour atteindre ses objectifs ? (2 points)
3. Identifier le positionnement de la marque « Agadir » sur le marché français. (2 points)
4. En quoi consiste une politique de communication standardisée ? (2 points)
5. Citer deux avantages et deux inconvénients de la mise en place d'une politique de communication standardisée ? (4 points)
6. L'entreprise « Agruma » compte conforter sa place sur le marché Canadien, et pense à proposer un produit spécifique et sur mesure pour ce marché : un jus de fruits exotiques très apprécié par la population locale.
 - a. En quoi consiste cette politique ? (2 points)
 - b. Citer deux avantages et deux inconvénients de cette politique ? (2 points)

Sous dossier 2 : Environnement international (5 points)

Pour conforter sa place à l'international, l'entreprise Agruma compte profiter des divers accords bilatéraux et multilatéraux signés entre le Maroc et ses partenaires économiques internationaux.

1. Pourquoi le Maroc a-t-il recours à des partenariats internationaux ? (2 points)
2. Quelle est la différence entre accord bilatéral et accord multilatéral (2 points)
3. Donner l'exemple d'un accord international signé par le Maroc. (1 point)

Dossier 6 : Management de la force de vente /20pts

A présent, votre travail consiste à assister le directeur commercial dans son travail. Il vous soumet des informations et aimerait que vous lui fournissiez des éléments afin de prendre des décisions importantes concernant sa force de vente.

I/

L'entreprise Agruma souhaite revoir le nombre actuel de sa force de vente puisque celle-ci n'arrive plus à atteindre ses objectifs. A cet effet, le chef de ventes met à votre disposition les informations suivantes :

Catégories de clients	Nombre de clients	Nombre de visites par an et par client
Magasins de proximité	800	5
Grandes et moyennes surfaces	550	6
CHR (Cafés, hôtels, restaurants)	300	10

Cette force de vente bénéficie de 4 semaines de congés par an, 4 semaines destinées aux réunions, 1 semaine par trimestre de formation. La durée moyenne de la visite est de 30 minutes. L'entreprise est en activité du lundi au vendredi. Chaque commercial a un parcours annuel de 15 000 Km, à raison de 50 Km/h en moyenne.

1. Quelle est l'utilité des visites clients ? **(3 points)**
2. Calculer le nombre de visites totales que doit faire l'entreprise pour toutes les catégories de clients. **(4 points)**
3. Quel est le nombre de visites annuellement réalisable par la force de vente sachant qu'elle travaille 8 heures par jour dont 2 heures consacrées en moyenne pour la prospection. **(6 points)**
4. Déterminer le nombre optimal de vendeurs qui permettra à l'entreprise de visiter tous les clients. **(2 points)**

II/

Afin de couvrir tous ses clients, l'entreprise « Agruma » décide de recruter trois nouveaux vendeurs. Ceux-ci, étant débutants, ont des difficultés dans la gestion du temps. A cet effet, l'entreprise compte mettre en place un plan de formation et vous demande votre avis puisqu'elle hésite entre les deux possibilités suivantes :

- Une formation de deux jours réalisée par un coach certifié dans la gestion du temps celui-ci sera payé à 4 000 Dh la journée. Chaque journée de formation comprend deux pauses café et une pause déjeuner dont la valeur moyenne est estimée à 300 Dh par personne (participants et coach). Le transport quant à lui s'élève à 120 Dh la journée.
- Une formation réalisée par le directeur des ressources humaines sur une journée. Il sera payé à 5 000 Dh la journée. La location du matériel s'élève à 3 300 Dh. Les frais d'hébergement, transport et repas s'élèvent à 350 Dh par personne (participants et formateur)

1. Proposer les différents modes de recrutement possibles ? (2 points)
2. Quelle est la différence entre les deux formules de formation proposées (1 point)
3. Quelles est la solution la plus économique pour l'entreprise ? Justifier (2 points)

Dossier 7 : Technique logistiques du commerce international /25 pts

Puisque vous avez donné satisfaction lors de votre passage dans les divers services, votre responsable vous a affecté dans l'un des services stratégiques de l'entreprise celui de la logistique à l'international. Il vous demande d'assister le responsable de service pour superviser une importante opération d'exportation vers le Canada.

I/

L'entreprise Agruma veut se lancer sur le marché canadien. Elle compte ainsi exporter des briques de jus de pommes emballées dans des caisses qui seront transportées vers Montréal par avion à travers la compagnie Air Canada Cargo selon les conditions suivantes :

- Chaque caisse contient 21 briques de jus de pomme.
 - Les caisses sont chargées sur des palettes de 1,1m x 1m x 0,15m.
 - Chaque caisse mesure 22cm x 32cm x 35cm (hauteur)
 - La hauteur maximale de la palette est de 1,95m (palettes comprises) ;
1. Déterminer le nombre de caisses qu'on doit charger sur chaque palette ? (2 points)
 2. Si on a 900 caisses, combien de palettes doit-on charger ? (1 point)
 3. Si le prix de revient d'une brique s'élève à 11 MAD et le taux de marque de 20%, calculer chiffre d'affaires de cette expédition. (3 points)

II /

Le client canadien a lancé une nouvelle commande concernant un nouveau jus à base de fruits exotiques. Les détails de l'expédition se présentent comme suit :

- La livraison sera acheminée par camion de Kenitra vers l'aéroport Mohamed V à destination Montréal vers les dépôts du client Canadien.
- 300 caisses à 288 MAD la caisse,
- Dimension de l'emballage d'une caisse : 22cm x 32cm x 35cm (hauteur),
- Coût de l'emballage vide : 20MAD la caisse,
- Poids de la caisse vide : 4Kg,
- Déchargement au terminal aéroport Mohamed V : 250 MAD la tonne,
- Déchargement aux dépôts du client Canadien : 1 400 CAD,
- Poids net d'une caisse : 18Kg,
- Dédouanement export : 850MAD,

- Dédouanement import : 15%
- TVA = 8%,
- Transport d'Agruma vers l'aéroport Mohamed V : 4 500 MAD,
- Transport vers l'usine du client canadien : 2 000 CAD HT (TVA 14%)
- Chargement à bord des camions : 4 000 MAD,
- Chargement à bord des camions : 1 600 MAD,
- Tarification internationale routière :
 - ✓ Moins de 200 Kg : 65 CAD les 100 Kg,
 - ✓ De [200 à 500Kg [: 60 CAD les 100 Kg,
 - ✓ De [500 à 1 000 Kg [: 56 CAD les 100 Kg,
 - ✓ De [1 000 à 1 500 Kg [: 51CAD les 100 Kg,
 - ✓ De [1 500 à 3 000 Kg [: 45CAD les 100 Kg,
 - ✓ De [5 500 à 7 000 Kg [: 40 CAD les 100 Kg,
 - ✓ De [7 000 à 8 500 Kg [: 35 CAD les 100 Kg,
 - ✓ au-delà de 8 500 Kg : 30 CAD les 100 Kg.
 - ✓ Minimum de taxation : 220 CAD les 100 Kg
- Assurance 0,5 su CIP plus 15% (pour le taux, prendre tous les chiffres après la virgule)
- Parité : 1 CAD = 7,5MAD

1. Citer et expliquer les différentes obligations du chargeur et du transporteur dans cette expédition ? **(4 points)**
2. Définir et expliquer l'obligation cautionnée ? **(3 points)**
3. Calculer la valeur du fret de cette expédition. **(3 points)**
4. Calculer la valeur des incoterms suivants : CPT ; CIP. **(4 points)**
5. Déterminer la valeur de droits de douane à payer. **(2 points)**
6. Déduire le coût de revient de cette expédition en MAD. **(3 points)**

Dossier 8 : Paiements et financements à l'international /10pts

En vue de sécuriser le paiement de cette exportation, la société vous demande de lui fournir les éléments de réponses concernant les points ci-dessous.

1. Les documents que l'importateur peut lui réclamer pour valider son crédit documentaire. **(3 points)**
2. Les avantages du crédit documentaire revolving. **(2 points)**
3. La réserve de propriété. **(2 points)**
4. Les types de polices d'assurance-crédit. **(3 points)**