

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 juin 2018

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	Introduction au droit commercial	/10
	D2	Techniques juridiques à l'international	/10
	D3	Management de la relation client	/10
	D4	Commerce électronique	/10
Total théorie			/40 points
pratique	D5	Marketing international	/20
	D6	Management de la force de vente	/25
	D7	Technique logistiques du commerce international	/25
	D8	Paiements et financements	/10
Total pratique			/80 points
Total général			/120 points

THEORIE :**(40 points)**

Depuis 74 ans, Lesieur Cristal a développé au Maroc un modèle agro-industriel pionnier et performant. Aujourd'hui, filiale du Groupe Avril, l'entreprise est un acteur engagé dans la modernisation et la valorisation de toute la filière marocaine des graines oléagineuses et de l'oléiculture.

Vous avez fait preuve de professionnalisme durant votre stage dans la société « Lesieur Cristal », la société souhaite vous recruter. Pour cela votre futur responsable vous confie les dossiers ci-dessous pour évaluer vos compétences.

DOSSIER N° 1 : DROIT COMMERCIAL/ (10 points)

Le droit commercial est un des outils de gestion d'entreprise. C'est une branche de droit privé aux acquis économiques qui naquit et se développa avec la révolution industrielle et technologique. Ses juridictions s'appliquent aux actes de commerce, aux commerçants et aux opérations effectuées sur le fonds de commerce.

- 1) Quel est l'intérêt du droit commercial ? (2 points)
- 2) Quels sont les éléments constitutifs du fonds de commerce ? (2 points)
- 3) Citer les conditions d'acquisition de la qualité du commerçant. (3 points)
- 4) Quelles sont les obligations du commerçant ? (3 points)

DOSSIER N° 2 : TECHNIQUES JURIDIQUES A L'INTERNATIONAL/ (10 points)

- 1) Les incoterms ont pour but de mettre en œuvre le contrat de vente dans ses aspects les plus pratiques. Grâce à ses règles l'exportateur et l'importateur sauront à qui incombent le transport et les opérations en amont et aval. Ainsi on vous demande de répondre par vrai ou faux dans le tableau ci-dessous. (4 points)

Reproduire et remplir le tableau sur votre copie

Incoterms	Obligations des parties	Réponses
1. Vous achetez DAT port Casablanca	Vous prenez en charge le poste acheminement	
	Vous vous chargez du dédouanement export	
2. Vous vendez CIF Casablanca	Vous prenez en charge le risque de la marchandise	
	Vous déchargez la marchandise sur quai à Casablanca.	
3. Vous vendez DAP New York	Vous payez les produits de douane import	
	Vous vous occupez du poste acheminement	
4. Vous vendez CFR le have	Vous assurez le risque de la marchandise jusqu'au port arrivée	
	Vous payez le chargement de la marchandise	

- 2) Citer et expliquer les principes de rédaction des conditions générales de vente. **(3 points)**
- 3) Quelle est la différence entre une clause pénale et une clause dommage-intérêt ? **(3 points)**

DOSSIER N° 3 : MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT/ (10 points)

LE MARKETING RELATIONNEL MULTICANAL

Le marketing relationnel multicanal intègre à la fois le marketing relationnel et le marketing direct multicanal. Si le **marketing relationnel** vise à instaurer une relation durable avec ses clients et ses **prospects** tout au long du cycle de vie, le marketing direct multicanal quant à lui vise à mettre en place une communication individualisée en utilisant des médias ne nécessitant pas forcément le face-à-face.

Ainsi, le marketing relationnel multicanal a pour objectif de mettre en évidence des objectifs de relation client individualisés par cible d'où peuvent découler, avec précision, les actions et les moyens adaptés : les types d'actions de communication, type de canal utilisé et type d'offres proposées.

Dans cette optique, la connaissance intime des clients se trouve primordiale même si elle requiert du temps et se construit tout au long du dialogue établi avec ceux-ci. En effet, plus l'information est disponible, plus l'entreprise pourra satisfaire son client et de mieux en mieux le servir.

- 1) Expliquer les termes soulignés **(2 points)**
- 2) D'après le texte, expliquer le lien entre le marketing relationnel et le marketing direct. **(2 points)**
- 3) En se basant sur le texte et vos connaissances, quelles sont les actions de fidélisation qu'on peut utiliser pour tisser une relation durable avec ses clients ? **(4 points)**
- 4) Quel rôle peut jouer le bouche-à-oreille dans la prospection de nouveaux clients ? **(2 points)**

DOSSIER N° 4 : Commerce électronique (10 points)

Le « e-merchandising »

La distance qu'introduit le e-commerce entre d'une part les acheteurs, d'autre part la marchandise et les vendeurs, incite ces derniers à mettre l'accent sur la présentation des offres ainsi que l'optimisation du parcours client. C'est dans cette optique que naît le « e-merchandising ». Son objectif principal est de mettre en valeur l'offre en ligne non seulement dans le but d'acquérir une nouvelle clientèle mais aussi de la fidéliser en lui permettant d'accéder facilement et rapidement à une offre constamment renouvelée. Le principal défi est de rendre l'expérience e-commerce aussi confortable qu'en magasin.

Il s'agit au final d'une démarche pas si complexe, pas si coûteuse pour un retour sur investissement non négligeable mais à condition de l'intégrer dès la création du site marchand, d'être à l'écoute des besoins des clients et de faire appel à la technologie.

Notons enfin qu'un merchandising en ligne bien pensé et bien géré peut augmenter jusqu'à 20% le taux de transformation, le chiffre d'affaires ou le montant du panier moyen d'un site.

- 1) Définir le « e-merchandising ». (1 point) Présenter ses objectifs (1 point)
- 2) Pourquoi le « e-merchandising » est-il important dans la conception des sites marchands ? (2 points)
- 3) Citer les autres éléments auxquels l'entreprise devrait accorder de l'importance pour rendre ses sites plus ergonomiques et attractifs. (2 points)
- 4) A votre avis comment le « e-merchandising » peut-il contribuer à la fidélisation de la clientèle ? (2 points)
- 5) Quelles sont les conditions de succès d'un merchandising en ligne ? (2 points)

PRATIQUE :

(80 points)

DOSSIER N° 5 : Marketing international / (20 points)

Depuis 74 ans, Lesieur Cristal a développé au Maroc un modèle agro-industriel pionnier et performant. Aujourd'hui, filiale du Groupe Avril, l'entreprise est un acteur engagé dans la modernisation et la valorisation de toute la filière marocaine des graines oléagineuses et de l'oléiculture (la culture des huiles).

Lesieur Cristal fonde son modèle de croissance sur une stratégie d'innovation ambitieuse, créant de nouveaux relais de développement sur la base points forts : ses marques puissantes au fort potentiel de déclinaison, ses capacités de recherche et développement, sa force de distribution, son investissement dans l'amont agricole et l'essor de son activité à l'export.

Fort de son positionnement au Maroc, Lesieur Cristal revêt une importance capitale pour le Groupe Avril pour la conquête des marchés régionaux et globaux. Cette dynamique d'**internationalisation** contribue de plus en plus à la croissance de l'entreprise avec de fortes potentialités pour l'avenir. Son expérience, sa réputation ainsi que son dynamisme reconnus sont mis au bénéfice de sa clientèle internationale dans une quarantaine de pays.

L'ambition de Lesieur Cristal est de stabiliser et consolider ses acquis, et de mener des actions agressives de conquête de nouveaux marchés. L'évolution des exportations d'huile d'olive suite à l'engouement des consommateurs pour ce produit à travers le monde, constitue aussi un élément phare de cette stratégie, et un levier clé de développement. Elle est considérée par Lesieur Cristal comme une mission nationale de valorisation des produits du Plan Maroc vert.

de bonnes performances ont été réalisées dans ce sens 2015 sur plusieurs marchés du continent : Libye, Mauritanie, Sénégal, Angola, Guinée, mais aussi des marchés plus lointains comme la Russie avec de premières réalisations porteuses dans le domaine de l'huile d'olive. En Tunisie, avec fort potentiel et son marché en pleine mutation l'entreprise a opté pour une autre forme de présence avec la naissance de Cristal Tunisie. Cette dernière est la propriété égale trois opérateurs, le groupe tunisien YK Hamilia Holding, Lesieur Cristal Maroc et Lesieur France.

Pour les années à venir, Lesieur Cristal prévoit de poursuivre son développement à l'international avec de nouvelles diversifications en utilisant la notoriété de ses marques et son réseau de distribution. Elle compte également dynamiser ses ventes export sur le bassin méditerranéen et en Afrique.

- 1) Définir les mots soulignés dans le texte. **(2 points)**
- 2) Citer les forces de l'entreprise Lesieur Cristal. **(3 points)**
- 3) Quelles sont les raisons qui ont poussé l'entreprise à s'internationaliser ? **(2 points)**
- 4) Sous quels modes d'implantation la société est-elle présente sur le marché étranger ? **(2 points)** Expliquer chacun des modes d'implantation **(2 points)**
- 5) Quels sont les outils de prospection que l'entreprise pourrait utiliser pour poursuivre sa stratégie de développement à l'international ? **(3 points)**
- 6) Lesieur Cristal s'intéresse de plus en plus aux gros marchés tels que la Chine et la Russie : A partir des données en Millions de DH ci-dessous, vous êtes chargés de calculer des indicateurs du commerce extérieur des pays ci-dessous : **(6 points)**

Eléments	Maroc	Russie	Chine
Production	1 200 000	2 300 000	15 000 000
Taux de couverture	63%	220%	120%
Importation	457 000	352 000	882 000

Calculer pour chaque pays :

- a) La valeur des exportations **(3 points)**
- b) Commenter les résultats **(1,5 points)**
- c) Déduire le solde commercial, **(1,5 points)**

DOSSIER N° 6 : MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE/ 25 points

LESIEUR CRISTAL porte une attention particulière à sa force de vente au Maroc qui est consacrée entièrement aux GMS : Grandes et moyennes surfaces. Il vous demandé de calculer le coût de certains commerciaux ci-après.

Les données se présentent ainsi :

- Un fixe de 2 000 Dh par mois
- Une commission de 3% du chiffre d'affaires encaissé
- Une prime d'objectif de 1 000 Dh proportionnelle au taux de réalisation de l'objectif
- Une prime de 10% sur les ventes d'accessoires.
- Une prime de 100 Dh par vente au comptant
- Une indemnité de 150 Dh par jour de déplacement

Le tableau suivant retrace les résultats des commerciaux pour le mois de Novembre.

Commerciaux	Objectifs	CA réalisé	% du CA encaissé	Nombre de jours de déplacement	Ventes d'accessoires	Nombre de vente au comptant
SLIMANI	151 000	166 000	100 %	18	3 100 Dh	5
OTMANI	181 000	163 000	90 %	16	3 900 Dh	4
ALAOUI	121 000	121 000	75 %	17	3 000 Dh	3
JAMALI	151 000	176 000	100 %	18	4 100 Dh	6
SAADI	201 000	231 000	100 %	19	5 100 Dh	7
RAMI	101 000	71 000	85 %	15	2 100 Dh	0

- 1) Pourquoi l'entreprise ne fixe pas le même objectif à tous les commerciaux ? Justifier votre réponse. **(2 points)**
- 2) Calculer le coût de la force de vente. **(Présenter les calculs sous forme de tableau).** **(18 points)**
- 3) Commenter ce système de rémunération. **(2 points)**
- 4) A part les stimulants financiers quels sont à votre avis les autres outils non financiers que l'entreprise peut utiliser pour motiver ses commerciaux ? **(3 points)**

Dossier N° 7 : Techniques logistiques du commerce international / 25 points

LESIEUR CRISTAL a importé de la société LEBELGE siégeant à Bruxelles en Belgique des bouteilles en verre pour le conditionnement de ses huiles. Les bouteilles sont emballées dans des caisses en bois normalisées puis acheminées de l'aéroport de Charleroi Bruxelles-Sud vers l'aéroport Mohamed V à Casablanca Maroc.

Les données relatives à cette importation sont les suivantes :

- Quantité importée : 3 360 unités
- Contenance d'une caisse : 56 unités
- Poids d'une bouteille vide : 900 g
- Poids d'une caisse vide : 7,5 Kg
- Les dimensions d'une caisse : 80 x 70 x 40 cm
- Valeur unitaire d'une caisse 0,3 Euro
- Emballage des bouteilles : 0,6 Euro
- Marquage de l'emballage : 0,2 Euro le carton
- Cotation transport aérien :
 - ✓ Minimum de taxation 250 Euros
 - ✓ Moins de 500 Kg : 6,0 Euro les 100 Kg
 - ✓ De 501 à 1 000 Kg : 5,5 Euro les 100 Kg
 - ✓ De 1 001 à 3 000 Kg : 5,2 Euro les 100 Kg
 - ✓ De 3 001 à 5 000 Kg : 5,0 Euro les 100 Kg
 - ✓ De 5 001 à 8 000 Kg : 4,5 Euro les 100 Kg
 - ✓ Plus 8 000 Kg : 4,0 Euro les 100 Kg
- Assurance : 0,2% du CIP majoré de 10%
- Pré acheminement : 20 Euro la tome indivisible
- Chargement : 450 MAD
- Poste acheminement vers LESIEUR CRISTAL – Ain Harrouda ; 2 000 MAD Hors taxes
- Droits d'importation : 10%
- TVA pratiquée par la douane Marocaine : 20%
- TVA sur post acheminement : 14%
- Déchargement dans l'usine de l'entreprise : 600 MAD
- Taux de change : 1 Euro = 11.65 MAD

- 1) Quelles sont les obligations du transporteur et de l'expéditeur dans le contrat du transport aérien ?
(3 points)
- 2) Définir et expliquer le régime de l'importation pour perfectionnement actif **(2 points)**
- 3) Calculer le poids taxable de cette expédition ? **(3 points)**
- 4) Déterminer le montant du fret Aérien en Euro et en MAD. **(3 points)**
- 5) Calculer l'incoterm DAP en passant par les incoterms suivants : FCA ; CIP ; **(6 points)**
- 6) Calculer la dette douanière. **(3 points)**
- 7) Déduire le coût de revient global et unitaire de cette importation. **(3 points)**
- 8) La société LESIEUR CRISTAL a importé le 20/04/2018 une importante quantité de matières dont :
 - La valeur déclarée ; 1 250 000MAD
 - Droits de douane : 12,5%
 - Taxe parafiscale : franchise
 - TVA : 20%
 - Dépôt de la déclaration : le 28/04/2017
 - Acquiescement de la dette douanière : le 25/05/2017
 - Majoration de retards 8% l'an appliquée après une franchise de 48 heures

Calculer le montant dû à la douane au 25/05/2017. **(2 points)**

DOSSIER N° 8 : Paiement et financement à l'international (10 points)

La société belge a choisi pour la commande ci-dessus la lettre de crédit stand-by comme moyen de paiement mais, la société Lesieur n'a pas payé malgré le dépassement du délai de paiement.

- 1) Que doit faire la société pour être payée ? **(2 points)**
- 2) Est-ce que le client est engagé à payer ? Justifier **(2 points)**
- 3) Quels sont les inconvénients de l'utilisation de la lettre de crédit stand-by ? **(2 points)**
- 4) Proposer d'autres techniques de paiement **(2 points)**
- 5) L'entreprise a décidé dorénavant d'utiliser l'affacturage. Présenter les avantages de ce choix **(2 points)**