مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

OFPPT

Office de la Formation Professionnelle
Et de la Promotion du travail

Direction de la Recherche et de l'Ingénierie de la Formation

Examen Fin de Formation

Session juin 2014

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Niveau : Technicien Spécialisé — **Épreuve : Synthèse 2**

Durée : 5 heures — **Barème : 120 Points**

Document(s) et Matériel(s) autorisés :
Liste des comptes du plan comptable général, 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 à 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	Environnement international	/20
	D2	Techniques juridiques à l'international	/10
	D3	Paiement et financement à l'international	/10
	Total Théorie		/40 points
Pratique	D4	Marketing international	/20
	D5	Management de la force de vente	/20
	D6	Techniques logistiques du commerce international	/20
	D7	Management de la relation client	/20
	Total Pratique		/80 points
Total Général			/120 points

THEORIE : **(40 points)**

Dossier 1 : Environnement international /20pts

Avant d'être mondialisée, la production des biens et services s'organise d'abord au niveau régional. Le nombre croissant d'accord commerciaux régionaux recensé à l'OMC en témoigne. La régionalisation est aussi le témoin de la volonté politique des Etats de trouver une alternative à la mondialisation. Les décisions prises de manière multilatérale accordent les mêmes droits et les mêmes devoirs à tous les membres des **institutions internationales**. Les accordes régionaux, du fait même de leur caractère préférentiel, vont à l'encontre de ce principe. En ce qui concerne le commerce, c'est essentiellement la clause de la nation la plus favorisée qu'ils cherchent à contourner.

[...] La plupart des pays signant des accords régionaux cherchent cependant à aller au-delà des **accords multilatéraux** qu'ils jugent insuffisants. [...]

Le nombre inférieur d'acteurs, la proximité géographique et les liens souvent déjà étroits entre les économies des pays permettent d'approfondir, au niveau régional, ce qui ne peut pour l'instant plus l'être au niveau mondial. La création de l'ALENA a ainsi permis l'ouverture des frontières mexicaines aux investissements, un domaine sur lequel l'OMC n'a jusqu'à présent pas réussi à obtenir de concessions multilatérales, en dépit de nombreuses négociations. Les unions régionales sud-américaines, comme le MERCOSUR ou la Communauté andine, ont l'ambition d'approfondir leur coopération, au-delà des accords commerciaux, par des programmes communs de développement des infrastructures, par une convergence des politiques macroéconomiques et par une harmonisation des législations sociales.

C'est l'Union Européenne qui a indéniablement poussé le plus loin cette intégration régionale, en permettant la libre circulation des capitaux, mais aussi des services et des personnes.

1- Expliquer les phrases soulignées dans le texte. **(2points)**
2- A quoi correspond le régionalisme (ou la régionalisation) commercial ? **(3points)**
3- D'après le texte et vos connaissances, pourquoi le nombre d'accords commerciaux régionaux augmente-t-il ? **(3points)**
4- Citer et expliquer les missions du conseil national du commerce extérieur (CNCE) ? **(3points)**
5- Compléter le tableau ci-dessous à partir des données statistiques fournies en annexe ci-dessous relatives à la situation économique d'un pays donné pendant l'année 2014? **(7 points)**
(Les calculs justificatifs doivent apparaitre dans le tableau)

Tableau à rendre avec la copie (prendre deux chiffres après la virgule)

Eléments	Produits énergétiques	Biens d'équipement	Produits alimentaires
Production	6 200 000	2 600 000	4 500 000
Consommation intermédiaire	4 500 000	1 350 000	3 000 000
Impôts nets des subventions d'exploitation	300 000	700 000	500 000
Valeur ajoutée	.....	.....	.....
	.....	.....	.....
	.....	.....	.....
PIB (produit intérieur brut)	.....		
	.....		
	.....		
Poids de la valeur ajoutée par rapport au PIB	.....	.....	.....
	.....	.....	.....
	.....	.....	.....

6- Commentez vos résultats. **(2 points)**

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Dossier 2 : Techniques juridiques à l'international /10pts

L'entreprise RIC est spécialisée dans la fabrication du matériel et des installations sanitaires pour les SPA et les centres de remise en forme. Le responsable des achats de l'entreprise souhaite diversifier ses fournisseurs. Il se rend à une manifestation commerciale où il rencontre des producteurs italiens. Ces derniers paraissent de bons fournisseurs potentiels.

Le responsable sollicite des propositions commerciales qui se concrétisent, par la réception des factures pro forma accompagnées des échantillons.

La proposition de la firme PUCCISAT, installée à Gênes en Italie est jugée intéressante mais pose un problème juridique au responsable : la convention de Vienne est retenue comme le droit applicable au contrat.

1- Expliquer selon cette convention la notion de conformité matérielle et conformité juridique de la marchandise? **(3points)**

2- Quelles différences faites-vos entre l'arbitrage et la conciliation ? **(3 points)**

3- Le contrat commercial est une convention écrite qui fixe les conditions générales et particulières arrêtées d'un commun accord entre les partenaires. Le tableau ci-dessous contient certaines clauses et on vous demande de le remplir ? **(4 points)**

La clause	Principes de rédactions Raison d'être de la clause	Précaution à prendre lors de la rédaction de cette clause
Durée du contrat		
Réadaptation du contrat		
Confidentialité		
La monnaie du paiement		

Dossier 3 : Paiement et financement à l'international /10pts

Le 25 avril 2015, la société RIC a adressé à la société PUCCISAT une facture pro forma relative à une commande.

Extrait de la facture pro-forma n° 2050 : Paiement par crédit documentaire révocable, payable par virement à 60 jours date d'expédition. Montant : 90 750 MAD, FOB port Tanger Med.

Extrait de la notification d'ouverture du crédit documentaire

DOCUMENTS DE CREDIT DE: BANQE DE GENES- ITALIE POUR : SOCIETE GENERALE MAROCAINE DES BANQUES-CASA		
40A	Forme du credit documentaire	Revocable
31C	Date de creation	01/03/2015
31D	Date expiration	30/05/2015
50	Demandeur	La société PUCCISAT - Italie
59	Beneficiaire	la société RIC-Tanger
32B	devise et montant	USD 90 000 max
41 A	Valable pour	Banque : Crédit du Maroc- Casa
42P	Délai de paiement	60 jours à partir de la date mentionnée sur documents de transport
44	Port de chargement Port de déchargement	Port de Casablanca ou Agadir Port de Gênes
44C	Dernier délai d'expédition	date limite d'expédition : 30/04/2015
45A	Caractéristiques de la marchandise	Plomberie et sanitaires pro-forma : 2050 Montant de : 90 000 MAD CIF Tanger Med
48	Délai de presentation	documents doivent être présentés 15 jours au plus tard de la date sur le document de transport B/L
49	Les instructions de confirmation	Banque marocaine pour le commerce et l'industrie.
71B	Charges	l'ensemble des charges de cet accréditif sont à la charge du bénéficiaire

1- Définir le crédit documentaire choisit par, la société RIC? Et quelles sont ses conséquences pour le vendeur ? **(2points)**

2- A l'aide de la facture pro-forma et de l'extrait de l'ouverture du crédit documentaire, relever sur le tableau ci-dessous, les anomalies qui risquent de poser problèmes pour à société RIC **(4points)**

Éléments	Éléments identifiés	Conséquences pour la société RIC
……		

3- Expliquez les risques suivants pour l'exportateur : **(4points)**

a) Risque commercial,

b) Risque de change.

PRATIQUE : (80 points)

Dossier 4 : Marketing international /20pts

Tous les appareils de l'entreprise RIC, sont très performants et respectent les normes européennes. Son service commercial est composé d'une équipe de vente qui est très opérationnelle dans la mesure où elle réalise ses objectifs de vente et fidélise ses clients.

Pour communiquer sur ses produits l'entreprise utilise surtout la télévision et l'affichage et pour se rapprocher de plus sa clientèle est être à son écoute d'une façon permanente elle recoure à un centre d'appel. Ce dernier fonctionne 24h/24h et 7jours/7. Les téléconseillers parlent couramment quatre langues (français, anglais, espagnol et allemand). Le service après-vente est réputé par la rapidité de ses interventions de maintenance (son intervention se fait dans la journée dès qu'une panne est signalée).

L'entreprise s'investit dans la recherche et l'innovation à travers son service recherche et développement qui est doté des experts dans le domaine du matériel et des installations sanitaires ce qui lui permet de concevoir régulièrement des procédés innovants permettant aux clients plus de bien-être et de confort.

La marque RIC a réalisé un grand succès sur le plan national (chiffre d'affaires très important) du à sa fiabilité et sa sécurité ce qui l'a poussé à se concentrer sur la recherche technologique et ajourner les études concurrentielles qu'elle menait régulièrement. Ce succès fait que l'entreprise pense à diversifier son portefeuille clients en s'orientant au marché international surtout qu'elle dispose de grandes capacités financières.

Après avoir participé à une manifestation commerciale au Brésil (première puissance économique d'Amérique Latine dont la langue officielle est le portugais), elle a décidé de s'engager sur ce marché.

L'entreprise hésite entre deux modes de présence:

- Vendre à un importateur exclusif
- Ouvrir un bureau commercial employant un technicien assurant le service après-vente.

1- Quels sont les avantages pour l'entreprise de participer à une manifestation commerciale ? **(2points)**

2- Quels sont les informations que l'entreprise devra collecter sur le marché brésilien ? **(3points)**

3- Réaliser le diagnostic export de l'entreprise RIC ? **(4points)**

4- Quels risques pourraient rencontrer cette entreprise en exportant ses produits ? **(2points)**

5- Quelles sont les mesures d'adaptation que l'entreprise RIC devrait prévoir? **(3points)**

6- Compte tenu des éléments fournis ci-dessous (annexe 1), quel mode de présence sur le marché brésilien est à privilégier du point de vue comptable ? **(4points)**

7- Cette solution est-elle appropriée du point de vue commercial ? **(2points)**

Annexe 1 :

- Loyer mensuel : 500$. (A prévoir une augmentation de 1% chaque année).
- Salaire annuel de la secrétaire : 2 400$; (une augmentation de 3% est à prévoir à partir de la 3ème année).
- Salaire du commercial : 250$ par mois plus commission (5% du chiffre d'affaires).
- Salaire annuel du technicien : 3 600$; deux techniciens seraient indispensables à partir d'un chiffre d'affaire de 400 000 $.
- Frais de maintenance : 1,5 % du chiffre d'affaires.
- Coût d'un importateur exclusif : 25% du chiffre d'affaires.
- Les chiffres d'affaires pour les années 2015, 2016 et 2017 sont respectivement : 225 000$, 450 000$, 1 580 000$.

Dossier 5 : Management de la force de vente /20pts

L'entreprise RIC commercialise ses produits sur trois régions : la région nord, la région sud et la région est du Maroc. Son équipe de vente est composée de 12 voyageurs représentants placiers (VRP) multicartes chargés de la prospection et de la vente à raison de 4 VRP par région.

Pour cette année l'entreprise décide de développer ses ventes sur la région West alors elle hésite entre l'affectation des VRP multicartes ou des VRP exclusifs à cette région (4 VRP).

On vous donne les informations relatives à l'activité des VRP sur leur région :

- Potentiel de vente annuel moyen d'une région : 10 000 000 Dh HT
- Coût annuel d'un VRP multicarte : 20% du chiffre d'affaires HT
- Coût estimé d'un VRP exclusif :
  - Salaire fixe mensuel : 2 000Dh par mois
  - Commissions : 2% du chiffre d'affaires HT
  - Charges sociales : 40% du salaire fixe
  - Frais de déplacement, téléphone, repas : 3 000 Dh par mois
  - Amortissement du véhicule de fonction : 1 500 Dh par mois

1- Qu'est-ce qu'un VRP ? **(2pts)**

2- Quelle est la différence entre un VRP exclusif et un VRP multicarte ? **(4pts)**

3- Présenter dans un tableau les avantages et inconvénients pour l'entreprise de ces deux catégories de vendeurs. **(4pts)**

4- Calculer le coût de chaque catégorie d'équipe de VRP. **(4pts)**

5- Quelle solution conseillez-vous au responsable de l'entreprise ? **(2pts)**

6- Sachant que les conditions requises pour le poste de VRP sont :

- Autonomie, ouverture d'esprit et adaptabilité ;
- Expérience d'au moins 3 ans ;
- Bonne connaissance des produits ;
- Maîtrise parfaite d'au moins 3 langues étrangères dont l'anglais et l'espagnole ;
- Réussite dans votre mission actuelle ;
- Ancienneté de 3 ans minimum dans le réseau de vente.

Rédiger l'annonce que l'on passera dans les journaux professionnels pour recruter éventuellement le VRP que vous avez conseillé à l'entreprise. **(4pts)**

Dossier 6 : Techniques logistiques du commerce international /20pts

Le directeur de la société RIC vous confie le dossier suivant : Il s'agit de gérer une importation en provenance la société PUCCISAT. Cette importation comporte des produits de la robinetterie.

Le dossier comporte tous les documents nécessaires pour calculer et justifier les coûts engagés à l'occasion de cette importation.

On vous soumet les informations suivantes :

- Quantité 50 cartons (chaque carton comprend 100 unités)
- Poids brut d'un carton : 120 kg
- Dimensions d'un carton : 60 x 80 x 70 cm
- Prix EXW : 3500 € le carton
- Pré acheminement jusqu'au port de Gênes: 900 €
- Chargement à l'usine sur camion : 300 €
- Honoraires du transitaire : 300 €
- Transit portuaire (passage à quai): 150 €
- Douane export : 200 €
- Déchargement sur quai (port de Gênes) : 70 €
- Chargement à bord du navire « **LEQUINS** » : 30 € la tonne ;
- Fret : 170 € UP à l'avantage du navire
- Assurance : 1% de CIF + 10%
- BAF : 6%
- CAF : 2%
- Ristourne sur le fret net ajusté: 8%
- Aconage : 154 MAD la tonne
- Formalités douanières à l'import (port de Tanger Med) : droit d'importation :25 %
- TVA : 20%
- Post acheminement : 7 500 MAD
- Parité : 1USD = 11MAD

A/ Quelles sont les obligations du chargeur dans le transport maritime ? **(2points)**

B/ Citer et expliquer les différentes formes contrats d'affrètement **? (2points)**

C/ Calculer :

1- Le montant du fret net ajusté : **(3points)**
2- Les incoterms suivants :
   a) FOB..... **(2points)**
   b) DAT..... **(3points)**
3- La valeur en douane ? **(2points)**
4- Le montant des droits de douane et taxe à payer **(3points)**
5- Le coût DDP de cette importation **(3points)**

NB : prendre deux chiffres après la virgule sans arrondir

Dossier 7 : Management de la relation client /20pts

La politique de distribution de l'entreprise RIC se fait au bénéfice d'un intermédiaire revendeur. Elle s'opère concrètement selon un circuit long caractérisé par la présence d'opérateurs successifs qui sont les grossistes, les détaillants et en dernier lieu les clients finaux.

Il s'est avéré au fil du temps que les deuxièmes intermédiaires qui sont les détaillants n'étaient informés sur les produits de l'entreprise qu'à travers les grossistes revendeurs. C'est dans cette optique, que l'établissement d'une relation directe avec cette clientèle s'est avéré impérative. A cet effet, l'entreprise a eu l'idée bien pensée de créer le club clientèle « RIC Exclusivités ». Ce dernier Permet ainsi de faire connaître les mérites des produits de l'entreprise auprès des détaillants, puis par voie de conséquence, auprès du client final.

En tout premier lieu, Le club « RIC Exclusivités » a segmenté sa cible de clients détaillants en fonction de leurs récences, fréquences et montants d'achat de la marque.

Le coût d'un club étant assez coûteux, cette segmentation a permis d'éviter de recruter un nombre élevé de détaillants membres, puisqu'il existe environ 1 000 détaillants figurant sur la base de données de l'entreprise.

Lors du lancement du club, seules 100 entreprises clients ont été choisis pour recevoir le mailing d'offre d'adhésion. Actuellement, le club compte près de 500 détaillants.

Cette adhésion qui se trouve payante donne droit à un nombre de points qui peuvent être matérialisés par l'offre de mobilier de présentation pour les boutiques des détaillants, de mallettes de pièces détachées…

Le système du club incite donc les clients adhérents à convertir leurs points en services qui vont augmenter la visibilité et la notoriété de la marque.

L'idée du club fut donc un succès puisque le taux de renouvèlement de l'adhésion est estimé à 90%.

Pour ce qui est des outils utilisés, le club utilise une lettre d'information pour ses adhérents en plus de la méthode classique d'envoi d'environ 6 mailings annuels,

Par conséquent, le club « RIC Exclusivités » reste un moyen efficace pour fidéliser ses clients (les détaillants) et se faire connaître auprès du client final.

1- Pour quelles raisons les entreprises accordent-elles autant d'importance à la fidélisation de leurs clients ? **(4points)**
2- Quels sont les apports du Club «RIC Exclusivités » pour l'entreprise **? (4 Points)**
3- L'entreprise doit-elle fidéliser tous ses clients ?justifier votre réponse. **? (4 Points)**
4- Expliquer la technique de segmentation des clients détaillants qui a été utilisée par l'entreprise ? **(2 Points)** Quel est son intérêt **? (2 Points)**
5- Quelles sont les autres techniques de fidélisation de clients que vous connaissez hormis les clubs de clientèles**? (4 Pts)**