

Enseigner avec Professions Affaires

Relatrice:
Vanessa Kamkhagi

INSEGNARE

Francese

Scuola Secondaria di 2° Grado

Structure du volume

Les trois sections



- **Commerce** : 6 unités d'apprentissage divisées en deux étapes chacune
- **Le monde du travail** : 3 parties sur le monde du travail, la communication commerciale et professionnelle
- **Culture et civilisation** : 5 dossiers

Commerce



6 unités d'apprentissage sur :

- Le monde économique
- L'entreprise et son personnel
- Le marketing
- Le monde du commerce
- La logistique et l'assurance
- Les ventes, les banques et la bourse

Interculture



INTERCULTURE

Quelques... échecs du marketing international

Une approche attentive des différences culturelles peut faire la différence entre le succès et l'échec d'une campagne de marketing international. Il devient donc important d'accomplir des études de marché et d'adapter les stratégies de marketing au contexte culturel local, en faisant attention à la traduction du message et à la signification des symboles, des couleurs et des images dans les différentes cultures. Enfin, il est fondamental de tester les campagnes de marketing avant leur lancement. Voici deux cas de marketing qui n'ont pas réussi leur campagne à cause d'une traduction peu fidèle et de leur manque d'attention aux diversités culturelles.

Dans les années 1990, le slogan de Pepsi « Come alive with Pepsi » (Revivez avec Pepsi) voulait transmettre une sensation de vitalité et d'énergie, mais il a été traduit littéralement en chinois par ce qui pouvait être interprété comme « Pepsi ramène vos ancêtres de la tombe ». Pour les Chinois, l'idée de les « ramener » de la tombe est perçue comme irrespectueuse envers leurs ancêtres, qui sont très respectés dans leur culture.

En 2018, Mercedes-Benz a publié un message sur Instagram qui citait une phrase du Dalai Lama : « Look at situations from all angles, and you will become more open » (« Regardez les situations sous tous les angles, et vous deviendrez plus ouverts »), sans tenir compte du fait que le Dalai Lama est considéré par le gouvernement chinois comme un séparatiste et toute référence à lui est mal vue. Mercedes-Benz s'est excusé publiquement auprès de la Chine et a supprimé le message.

5 [COMPRÉHENSION] Lisez le texte, puis répondez aux questions.

1. Quand faut-il faire des études de marché ?
2. Quelles sont les typologies d'études de marché ?
3. Quelle est leur fonction ?
4. À travers quels moyens sont-elles faites ?
5. Que permet de faire l'analyse prédictive de l'IA ?

6 [100] [COMPRÉHENSION ORALE] Écoutez les opinions de 5 personnes et associez-les aux produits testés.

- | | |
|------------------------------------|----------------------------|
| ☐ opinion 1 | a. maquillage |
| ☐ opinion 2 | b. sandales |
| ☐ opinion 3 | c. montre |
| ☐ opinion 4 | d. liquide vaisselle |
| ☐ opinion 5 | e. masque pour les cheveux |

7 [100] [COMPRÉHENSION ORALE] Écoutez à nouveau et associez la lettre correcte pour chaque opinion.

- | | |
|------------------------------------|-------------|
| ☐ opinion 1 | a. positive |
| ☐ opinion 2 | b. neutre |
| ☐ opinion 3 | c. négative |
| ☐ opinion 4 | |
| ☐ opinion 5 | |

8 [PRODUCTION] Les produits suivants ont échoué lorsqu'ils ont été lancés sur le marché :

- le stylo BIC pour elle ;
- les collants BIC ;
- le masque Rejuvenique.

Pour chaque produit, faites une recherche en ligne, puis répondez aux questions. Ensuite, choisissez un produit et faites un exposé en classe.

- Quand le produit a-t-il été lancé ?
- Quelle erreur de marketing la société a-t-elle faite ?
- Le produit est-il encore sur le marché ?

9 [COMPÉTENCE NUMÉRIQUE] [DÉVELOPPER DES DOCUMENTS MULTIMÉDIA] Cherchez en ligne d'autres cas d'insuccès de marketing international et préparez une présentation avec le logiciel que vous préférez.

- Interculture pour développer un esprit critique
- Activités de compréhension

Éducation civique



Étape A - Les entreprises et les sociétés

UDA 1

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES



La RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises, ou Responsabilité Sociétale des Entreprises) regroupe l'ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du **développement durable**, c'est-à-dire être économiquement viable¹, avoir un impact positif sur la société et sur l'environnement.

Même s'il n'existe pas de véritable loi sur la RSE dans la gestion des entreprises, l'ISO (Organisation internationale de normalisation) a élaboré la norme ISO 26000, afin d'orienter les stratégies de RSE des entreprises. Cette norme propose des **règles de conduite** pour un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable, à la santé et au bien-être de la société. Aujourd'hui, la stratégie RSE concerne les démarches pour :

- la **protection de l'environnement** avec la mise en place d'un plan de recyclage des déchets², de réduction des gaz à effet de serre et d'utilisation durable des ressources ;
- la **garantie de conditions de travail** grâce au respect des normes de sécurité et à la mise en place de programmes d'inclusion sociale.

Les normes RSE en France

En France, il n'y a pas de règles pour définir des standards de performance RSE. Par exemple, aucune loi n'oblige les entreprises à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, ou à mettre en place une stratégie de réduction des déchets. Il existe par contre des obligations en matière d'information du public : les « **Lois Grenelle** » de 2009 et 2010 imposent aux entreprises d'établir un rapport décrivant par exemple leurs émissions de CO₂ et d'autres données environnementales. Ces lois poussent donc indirectement les entreprises à entreprendre des **stratégies de réduction de leurs impacts**.

Les deux instances publiques ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) et AFNOR (Association française de normalisation) sont chargées d'accompagner et de conseiller les entreprises dans leurs démarches³ en matière de RSE.



► Les énergies renouvelables, p. 379

GLOSSAIRE

- 1 viable : soutenable
- 2 déchets (m. pl.) : rifiuti
- 3 démarche (f.) : strategia

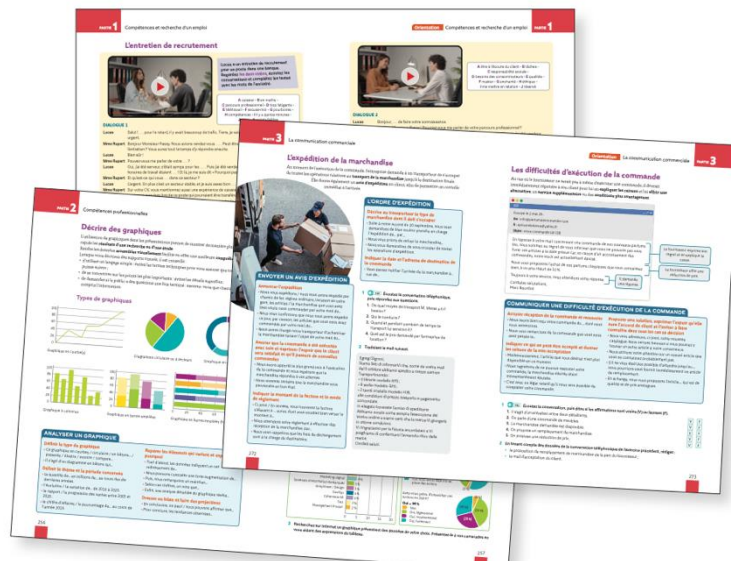
29 COMPRÉHENSION Lisez le texte, puis répondez aux questions.

1. Qu'est-ce que la RSE ?
2. Qu'est-ce que la norme ISO 26000 ?
3. Que prévoient les Lois Grenelle ?

30 PRODUCTION Cherchez en ligne des informations sur la RSE en Italie et préparez un exposé oral sur les réglementations, les normes ISO et l'existence éventuelle de l'obligation de compte rendu.

- Éducation civique intégrée aux sujets traités

Le monde du travail



- **Orientation** : connaître ses points de force et ses compétences, savoir prendre des décisions, se présenter de façon efficace
- **Compétences professionnelles** requises par le monde du travail
- **Communication commerciale**

Le monde du travail : Compétences et recherche d'un emploi

Compétences et recherche d'un emploi



Audio et vidéo

La connaissance de soi

Quand on recherche un travail, il est important de se connaître. On pourra ainsi comprendre si le poste qu'on souhaite est conforme à nos **compétences, intérêts et valeurs**. Voici un test d'auto-évaluation pour analyser quelques **traits de votre caractère** et comprendre quelles sont les professions qui pourraient mieux convenir à votre **profil**.

QUIZ D'AUTO-ÉVALUATION : QUI SUIS-JE ?

Choisissez pour chaque section l'option qui vous correspond le mieux. Ensuite, comptez le nombre de réponses A et B obtenues. Enfin, lisez le profil obtenu puis analysez les professions associées.

Section 1 : Organisation

- Sur mon bureau...
 - chaque chose a sa place.
 - les choses sont éparpillées mais je sais où elles sont.
- Quand je dois faire une présentation...
 - j'établis un plan détaillé.
 - je commence par les tâches les plus urgentes et je m'ajuste au fur et à mesure.
- Je préfère...
 - noter les activités à faire dans un agenda.
 - rien noter.



Section 2 : Donner ou suivre des instructions

- Dans un projet d'équipe, je préfère...
 - avoir des directives précises à suivre.
 - prendre des initiatives.
- Lorsque je travaille avec d'autres personnes, je préfère...
 - que chacun ait des rôles bien définis.
 - une approche plus collaborative où les rôles peuvent être flexibles.
- Si je constate qu'une manière de faire pourrait être améliorée...
 - je souligne poliment les points à améliorer en me basant sur des directives existantes.
 - je propose de nouvelles méthodes.



Section 3 : Travail en groupe

- Lorsque je travaille en groupe...
 - je m'assure que chacun respecte les consignes et que le travail soit bien réparti.
 - j'aime motiver l'équipe et proposer des idées.
- Face à un désaccord...
 - je cherche une solution qui respecte les règles établies.
 - j'essaie de comprendre les points de vue de chacun et de trouver un compromis pour satisfaire tout le monde.
- Si un membre de l'équipe ne fait pas sa part du travail...
 - je le signale discrètement au responsable.
 - j'essaie de comprendre les raisons de sa difficulté et je l'aide.



Profil tendance A : plus organisé, préfère suivre des instructions claires et respecte les règles, approche structurée du travail de groupe.
Professions associées : assistant administratif / de direction ; comptable ; analyste de données ; technicien de laboratoire ; employé ; bibliothécaire (gestion des collections).

Profil tendance B : moins structuré, préfère prendre des initiatives et avoir la possibilité d'influencer les décisions, a une approche collaborative et flexible ce qui peut entraîner un certain désordre, met au centre la communication et l'harmonie.
Professions associées : chef de projet ; responsable marketing ; commercial / vendeur ; chargé de communication ; formateur / coach ; entrepreneur ; artiste / créatif ; consultant.



INFORMATIONS PERSONNELLES

Pauline Revy
Place de Lénine, 13001
Marseille, France
+33 4 91 44 87 60
+33 6 44 21 97 63
pauline.revy@gmail.com
Sexe féminin | Date de naissance 18/09/2000
Nationalité française

Le CV doit être revu en fonction du poste recherché.

Document A

EMPLOI RECHERCHÉ Assistante responsable de communication - gestion des réseaux sociaux

Il est conseillé de décrire les tâches accomplies à partir des expériences professionnelles.
Il faut commencer par l'expérience la plus récente.

EXPÉRIENCE De septembre 2025 à décembre 2025

PROFESSIONNELLE Stagiaire communication numérique Voyage Privé, 684 AVENUE DU CLUB HIPPIQUE AUX-EN-PROVENCE 13100

De septembre 2024 à décembre 2024

ÉDUCATION ET FORMATION De septembre 2022 à juin 2024

Master communication, Université de Paris

Les compétences personnelles et organisationnelles sont de plus en plus importantes, même en vue de l'entretien.

COMPÉTENCES PERSONNELLES Langue(s) maternelle(s) Française

Autre(s) langue(s)

	COMPRENDRE		PARLER		ÉCRIRE
	Écouter	Lire	Prendre part à une conversation	S'exprimer oralement en continu	
Anglais	C1 Utilisateur expérimenté	B2 Utilisateur indépendant	B2 Utilisateur indépendant	B2 Utilisateur indépendant	B2 Utilisateur indépendant
Espagnol	B1 Utilisateur indépendant	A2 Utilisateur élémentaire	B1 Utilisateur indépendant	B1 Utilisateur indépendant	A2 Utilisateur élémentaire

Compétences en communication Très bonnes compétences en communication acquises grâce à mon expérience de stagiaire.
Compétences organisationnelles / managériales Aptitude au travail en équipe, à la résolution de problèmes et à l'organisation grâce aux expériences personnelles et professionnelles.

Compétences liées à l'emploi Bonne maîtrise des langues
Excellentes compétences communicatives

Compétences numériques

AUTOÉVALUATION				
Traitement de l'information	Communication	Création de contenu	Sécurité	Résolution de problèmes
Utilisateur expérimenté	Utilisateur expérimenté	Utilisateur expérimenté	Utilisateur indépendant	Utilisateur élémentaire

Bonne maîtrise des suites bureautiques. Bonne maîtrise des logiciels de traitement d'image acquise en tant que photographe amateur.

Permis de conduire : B

ANNEXES Copie du diplôme / Attestation de stage

2. Observez le Document A, puis répondez aux questions.

1. Qui est l'auteur(e) du CV ?

B

EMPLOI : Formation d'IA en français

Offre d'emploi 2

Informations sur l'offre d'emploi

Outiller aide les entreprises les plus innovantes au monde à améliorer leurs modèles d'IA en fournissant un feedback humain. Êtes-vous un rédacteur francophone expérimenté qui souhaiterait mettre son expertise au service de la formation de modèles d'IA ?

À propos de l'offre

Outiller recherche des rédacteurs talentueux maîtrisant parfaitement le français pour aider à former des modèles d'intelligence artificielle générative. Cette opportunité de travail en freelance est à distance et les horaires sont flexibles, vous pouvez donc travailler quand cela vous convient le mieux.

Vous pouvez apporter votre expertise...
- en lisant du texte en français afin de classer une série de réponses produites par un modèle d'IA.
- en écrivain une nouvelle en français sur un sujet donné.
- en évaluant si un texte en français produit par un modèle d'IA est factuellement exact.

Exemples d'expertise souhaitable

- Expérience en tant que traducteur professionnel.
- Expérience en rédaction professionnelle (rédacteur publicitaire, journaliste, rédacteur technique, etc.).
- Inscription ou obtention du diplôme d'un programme de licence dans un domaine des sciences humaines ou un domaine lié à l'écriture.
- Inscription ou achèvement d'un programme de master lié à l'écriture créative.

Rémunération

Actuellement, les taux de rémunération pour le projet principal, effectué par des experts en rédaction française sont en moyenne de 25 USD par heure. Les taux varient en fonction de l'expertise, de l'évaluation des compétences, du lieu de résidence, des besoins du projet et d'autres facteurs. Veuillez consulter les conditions de paiement de chaque projet.

1 Répondez aux questions suivantes.

- Quelles informations les offres d'emploi fournissent-elles ?
- Où est-ce que les offres peuvent paraître ?
- Quels sont les sites pour la recherche de travail à l'étranger ?

2. Lisez les offres d'emploi et dites si les affirmations suivantes sont vraies (V) ou fausses (F). Corrigez les fausses.

- Les deux offres proposent des emplois en freelance. V F
- Les deux offres donnent la possibilité de travailler sur des projets internationaux. V F
- Seule l'offre 2 précise la rémunération prévue. V F
- La maîtrise de la langue anglaise n'est requise que dans l'offre 1. V F
- La description des tâches à accomplir n'est présentée que dans l'offre 1. V F

3 Recherchez sur LinkedIn une offre d'emploi dans un secteur qui vous intéresse et présentez-la à vos camarades en suivant cette piste :

- emploi recherché ;
- entreprise qui publie l'offre ;
- genre de travail (en présence, télétravail, hybride) ;
- rôle et activités ;
- expérience et formation requises ;

4 Reliez les typologies d'entreprises aux profils offerts par les candidats. Justifiez oralement votre choix.

- Bistrot Aurone
Chef
8, rue de Nice,
75001 Paris
Tél. 01 73 67 66 90
- Agence immobilière
Paris
Cherche vendeur
Tél. 01 45 56 88 23

Entreprise commerciale à Lyon
Cherche secrétaire
Expérience souhaitée
Mail : info@lyon@agence.com

Agence de Marketing Nice
Cherche chargé(e) de communication
Bac+3
Écrire à nicemarketing@info.com

- ☐ Je suis très précise et méticuleuse, j'ai de très bonnes compétences organisationnelles et je sais très bien utiliser les logiciels Word et Excel.
- ☐ Je suis très créatif et j'ai voyagé dans le monde entier à la recherche de nouvelles saveurs.
- ☐ Je suis dans le secteur immobilier depuis plusieurs années. Je suis très motivé et j'ai de

Le monde du travail : Compétences professionnelles

Se mettre en relation avec les personnes

- 1 332 Écoutez et lisez la conversation entre deux personnes qui se rencontrent à une conférence. Complétez le dialogue en insérant la lettre correspondant à l'expression de l'encadré.

A Voici ma carte de visite digitale • B Un vrai défi en ce moment • C Vous êtes dans quel secteur •
D Pour qui travaillez-vous • E de faire votre connaissance • F dans quoi êtes-vous spécialisé •
G Enchanté, je suis • H C'est un secteur en pleine mutation • I Quelle est votre profession •
J C'est toujours l'occasion de rencontrer des personnes intéressantes

Albert Bonjour! Vous êtes ici pour la conférence annuelle des entrepreneurs?

Claude Bonjour, oui! ... Claude Evroy.

Albert Enchanté. ... Je suis Albert Mosse. ... ?

Claude Je suis consultant.

Albert ... ?

Claude Pour le cabinet Awassey Et vous?

Albert J'en ai entendu parler. Moi, je suis fondateur de Systeme On. Et vous, ... si ce n'est pas indiscret?

Claude Nous intervenons en stratégie et en transformation digitale pour les PME. Et vous, ... ?

Albert Nous développons des solutions logicielles pour optimiser la chaîne d'approvisionnement. ... ?

Claude Effectivement. ... intéressant. Vous trouvez cette conférence enrichissante?

Albert Oui, très. Les intervenants sont de qualité et les échanges sont stimulants. Et vous?

Claude Tout à fait d'accord. ... comme vous.

Albert Ravi également. ... n'hésitez pas si vous avez des questions ou si vous souhaitez discuter plus en détail.

Claude Bonne continuation pour la conférence.

246

2018_ProfessionAffaires_T2_246-253.indd 246

671125 18-08

Orientation Compétences professionnelles

PARTIE 2

SE METTRE EN RELATION

Se présenter

• Bonjour, enchanté(e) de faire votre connaissance

• Je suis... / Moi c'est...

Demander et dire sa profession

• Quelle profession exercez-vous? / En quoi consiste votre travail? / Quel poste occupez-vous? / Vous travaillez dans quel domaine?

• Je suis... / Je travaille pour...

Demander des renseignements

• Où se trouve votre société?
• Voici ma carte de visite digitale. Voici la mienne également.

Se saluer

• C'était un plaisir d'échanger avec vous. Ravi également.
• Bonne continuation pour... / À vous aussi.



- 2 Par groupes, réfléchissez aux barrières de communication que vous utilisez le plus, à ce que vous dites et dans quelle situation. Discutez ensuite avec vos camarades de la façon dont vous communiquez et comment vous pourriez l'améliorer.
- 3 331 Observez les cartes de visite ci-dessous, puis écoutez et lisez la conversation. Complétez le dialogue.



Sophie : Bonjour, ... Sophie Dubois.

Joseph : ..., moi c'est Joseph Arras.

Sophie : ... ?

Joseph : Communication & Marketing. Et vous, vous travaillez dans quel domaine?

Sophie : ... journaliste spécialisée dans la politique internationale.

Joseph : ... vous travaillez?

Sophie : Je suis journaliste indépendante. Et vous?

Joseph : ... Ammie, une société de marketing digital.

Sophie : ... ?

Joseph : 30 Rue du Roi de Sicile, 75004 Paris.

Sophie : Voici la mienne aussi.

Joseph : Au revoir!

Sophie : Au revoir!

247

2018_ProfessionAffaires_T2_246-253.indd 247

671125 18-08

Le monde du travail : Compétences professionnelles

Compétences professionnelles

Travailler en équipe

Un joueur d'équipe est une personne qui **contribue activement au succès d'un groupe**. Son objectif principal est de **travailler avec les autres membres** d'un groupe et de **partager les responsabilités** afin d'accomplir les tâches attribuées, d'atteindre les objectifs et de gérer les projets de travail.

Selon les experts, il existe quatre types de joueurs d'équipe :

- le **contributeur** est responsable, bien organisé, minutieux et soucieux des détails ; il partage les informations et les données techniques pour rejoindre les objectifs du groupe ;
- le **collaborateur** valorise la flexibilité, l'empathie et le travail d'équipe ; il apprécie aussi de travailler en dehors des rôles définis pour apporter de la valeur au projet ;
- le **communicateur** met l'accent sur l'écoute, la facilitation et l'harmonie au sein de l'équipe ; il est attentionné et encourageant ;
- le **challengeur** est enclin à poser des questions, à prendre des risques et à défendre ses convictions. Il est soucieux des questions éthiques et ne craint pas d'être en désaccord avec ses supérieurs. Il est honnête et intègre.

Prendre des décisions en équipe

1 Regardez la vidéo et lisez la conversation entre les membres d'une équipe sur une nouvelle stratégie de communication. Complétez le dialogue en insérant la lettre correspondant à l'expression de l'encadré.



Francine Bien, aujourd'hui nous devons discuter de _____ pour notre nouvelle ligne de sacs en cuir vegan. Les _____ n'ont pas été à la hauteur de nos attentes. _____ le message clé ou les canaux de distribution. _____ Anne ?

Anne Eh bien, _____ le problème principal est le message. Nous nous concentrons trop sur l'aspect « vegan » et _____ Je pense que _____, sensible à la mode durable, et pas strictement les végans.

Francine _____ cette idée, Lucas ?

Lucas Eh bien, _____, mais je ne crois pas que nous devions complètement abandonner le message vegan. C'est un élément distinctif important. _____ les deux aspects et faire plus

Anne Eh bien, _____ les études de marché approfondies demandent du temps et des ressources. Nous devons agir vite pour relancer la ligne.

Francine Je pense que l'idée de Lucas _____ Nous pourrions commencer par des sondages en ligne ciblant différents segments de public intéressés par la mode durable. Lucas, pourrais-tu occuper d'organiser ces sondages ?

Lucas Oui, _____ Je contacterai notre équipe d'analyse de données aujourd'hui même.

A Peut-être devrions-nous mieux équilibrer -
B Je suis d'accord en partie -
C Je pense que nous avons peut-être mal ciblé -
D Personnellement, je crois que -
E Je peux le faire -
F Cela pourrait être une bonne idée, mais -
G Quel est-ce que tu penses de -
H Quel est ton avis -
I ventes initiales -
J la stratégie de communication -
K nous devrions viser un public plus large -
L pas assez sur le style et la qualité des matériaux -
M Tu es d'accord, Anne -
N est valable

Orientation Compétences professionnelles **PARTIE 2**

TRAVAILLER EN ÉQUIPE

Demander et proposer son opinion

- Quel est ton avis ? Personnellement, je crois que...
- Qu'est-ce que tu penses de cette idée ? Tu es d'accord ?

Exprimer l'accord et le désaccord

- Je suis en partie d'accord, mais je ne crois pas que... / Je suis parfaitement d'accord.
- Je ne suis pas du tout d'accord.
- Tu pourrais avoir raison, mais... / Je pense que l'idée de... est valable.

Demander et offrir un service

- Pourrais-tu t'occuper de... ? Oui, je peux le faire / Non, je regrette...

DEAFLEX

Subjonctif ou indicatif

Avec les verbes d'opinion comme croire ou penser, on utilise le **présent indicatif** à la forme **affirmative** (ex. Je pense qu'il a raison), et on utilise le **subjonctif** à la forme **négative** (ex. Je ne pense pas qu'il ait raison).

2 Lisez les caractéristiques des profils des quatre joueurs d'équipe et répondez aux questions suivantes.

- Quel est le profil auquel vous vous identifiez le plus ?
- Décrivez une situation où vous avez montré les caractéristiques de ce profil.
- Quelles caractéristiques voudriez-vous encore développer ?
- Comment pourriez-vous les développer ?

3 **303** Écoutez le dialogue et écrivez les expressions utilisées pour :

- Demander l'opinion : _____
- Proposer son opinion : _____
- Exprimer l'accord et le désaccord : _____
- Demander et offrir un service : _____

4 Écoutez de nouveau la conversation et résumez-la à l'oral en suivant cette piste :

- sujet ;
- avis de Marco et de Sofia.

5 Traduisez les phrases suivantes.

- Quel est ton avis sur l'introduction de l'uniforme à scuola ?
 ➔ Personnellement, credo che l'uniforme a scuola potrebbe ridurre le disuguaglianze e il bullismo legato all'abbigliamento.

2. Cosa pensi di questa idea di ridurre le ore di lezione il venerdì pomeriggio? Sei d'accordo, vero?
 ➔ Sono d'accordo in parte, ma non credo che questa sia la soluzione migliore per migliorare il coinvolgimento degli studenti.

3. Potresti aver ragione, ma bisognerebbe considerare l'impatto sull'organizzazione delle famiglie.
 ➔ Penso che l'idea di organizzare una gita scolastica al museo di arte moderna sia interessante. E tu, qual è il tuo parere?
 ➔ Sono perfettamente d'accordo con te. Il museo di arte moderna sarebbe una gita arricchente per gli studenti.

4. Potresti occuparti di chiedere l'opinione degli altri professori su questo argomento?
 ➔ Sì, posso farlo. Contatterò i miei colleghi già questo pomeriggio per raccogliere le loro opinioni.
 ➔ Perfetto, ti ringrazio.

6 A deux, demandez et partagez votre opinion, en utilisant les fonctions communicatives étudiées, à propos de l'un des sujets suivants.

utilisation des portables à l'école -
 utilisation de l'IA dans le monde professionnel -
 utilisation des influenceurs dans la publicité

Le monde du travail : Communication commerciale

La communication commerciale



Audio

Le mail

L'e-mail, également appelé **mail** ou **courriel**, est le moyen de communication le plus utilisé dans le commerce. La principale caractéristique de l'e-mail est de permettre, sans lire le contenu, de connaître des informations essentielles : l'**expéditeur** et le(s) **destinataire(s)**, la **date** et l'**heure de réception** ou d'envoi, l'**objet**.

Adresse électronique

Date et heure

Objet

Appellation

Signature

L'abréviation **mét** peut être utilisée sur les cartes de visite ou dans l'en-tête. Le signe @ est appelé en français **arobase**.

ÉCRIRE UN MAIL

Introduction

- Merci de votre courriel / mail...
- Nous répondons à votre e-mail du...

Développement

- Pourriez-vous nous envoyer...
- Nous vous prions de bien vouloir...

Conclusion

- Sincères salutations, ...

À alex.sapy@beauty.fr

Date : 15 mars 20... 13:30

Objet : Accusé de réception de la commande 765

Monsieur,

Merci de votre mail relatif à l'accusé de réception de notre commande de produits cosmétiques n. 351 du 8 février.

Nous vous prions de bien vouloir nous expédier la marchandise dans les délais de 30 jours.

Le règlement sera fait à la réception de la marchandise. Nous vous remercions de la confiance accordée.

Cordiales salutations,

Arnaud Ney
Service commercial

Pièces jointes : factures, bon de commande

Envoyer

Début de l'e-mail, introduction

Développement

Formule de conclusion

Formule de politesse

1 Traduisez le mail suivant.

Egregi signori, Vi informiamo che il 10 aprile prossimo presenteremo la nostra collezione primavera / estate. Saremmo lieti di averVi tra i nostri ospiti, presso la nostra sede di rue Victor Hugo 33, alle ore 19. Anche se non riuscivate a partecipare riceverete comunque il nostro nuovo catalogo che ci auguriamo possa interessarvi. Cordialmente

2 Rédigez un mail adressé à un client pour envoyer le nouveau catalogue de votre entreprise. Écrivez :

- l'adresse du destinataire;
- l'objet;
- l'introduction et le contenu du message;

- La Communication Commerciale
- Pour apprendre à écrire des mails

Culture et civilisation

I **Dossier di cultura e civiltà** forniscono un panorama attuale e aggiornato sulla realtà economica e sociale.

In ogni Dossier, l'**Espace littérature** presenta l'opera di un autore francophone.

Les institutions européennes

L'Europe regroupe un grand nombre de pays situés dans le continent européen. Elle possède une capitale à Bruxelles, la ville où se trouvent les institutions de l'Union européenne.

Cour des comptes

Elle contrôle les dépenses de l'Union européenne. Elle est composée de membres de différents pays européens.

Cour de justice

Elle contrôle la bonne application du droit de l'Union européenne. Elle est composée de juges de différents pays européens.

Conseil européen

Il décide les orientations politiques de l'Union européenne. Il est composé de chefs d'Etat ou de gouvernement des pays de l'Union européenne.

Parlement européen

Il est composé de députés de différents pays européens. Il décide les lois de l'Union européenne.

La France, l'Europe, le monde

Victor Hugo, Actes et paroles

Espace Littéraire

Espace Littéraire

5 dossiers sur:

- Géographie, Histoire et Institutions
- Francophonie
- Union Européenne
- Culture et société
- Économie

Espace littérature

4 types de vidéos

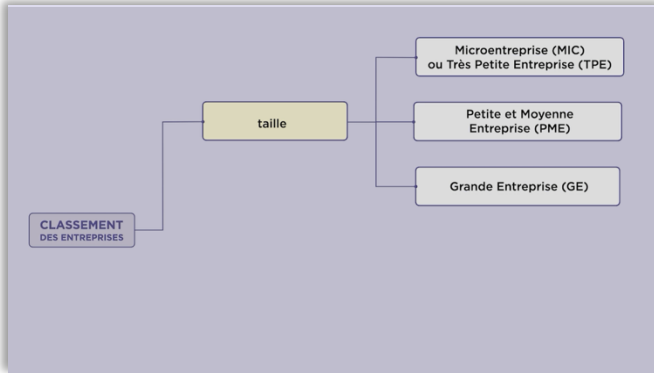
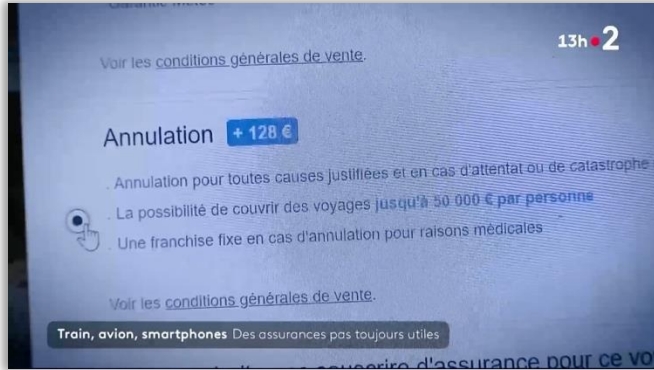


- Vidéos projetées pour montrer des situations professionnelles



- Vidéos de culture et civilisation

4 types de vidéos



- Vidéos tirées des médias français
- Vidéos des cartes mentales

Esame di maturità : prova scritta

FOCUS PRESSE

Les Français et les cryptomonnaies

Vers l'examen écrit

Selon un rapport mené par Deloitte, à fin 2024, presque 10 % des Français détenaient des cryptomonnaies. Cela représente 5,5 millions de personnes, qui détenaient entre 21,4 et 26,22 milliards d'euros de cryptomonnaies à début 2025, et un Français sur trois envisage d'en acheter. « La progression rapide des cours du Bitcoin a également suscité des préoccupations quant à la volatilité du marché et aux incertitudes réglementaires, incitant certains investisseurs à adopter une approche plus prudente », notent les auteurs du rapport. Parmi les Français qui possèdent des cryptomonnaies, les détenteurs dits actifs – qui en ont et qui continuent à en acheter – se sont stabilisés à 7 %.

Le profil type de l'investisseur en crypto évolue assez peu : ce sont principalement des hommes (67 %), plutôt jeunes (42 % ont entre 18 et 34 ans) et aisés (45 % proviennent des catégories socio-professionnelles les plus favorisées). Prix de 30 %



des détenteurs gagnent plus de 48 000 € par an, presque autant qu'un revenu compris entre 30 000 et 45 000 € par an et 42 % gagnent moins de 30 000 € par an.

La tranche des 35-44 ans (24 %) dépasse désormais celle des 18-24 ans (18 %), tandis que la population âgée de 45 à 65 ans est moins nombreuse (9 %). Ils achètent toujours très majoritairement des Bitcoins (71 % des investisseurs).

Le trend des Bitcoins

La plus célèbre des cryptomonnaies a connu de nombreux rebondissements ces dernières années. Après avoir atteint une valeur record de près de 73 000 dollars en mars 2024, le Bitcoin a chuté sous la barre des 50 000 dollars pour la première fois au cours du mois d'août 2024, pour clôturer à un peu plus de 54 000 dollars. Il a ensuite dépassé la barre symbolique des 100 000 dollars pour la première fois en décembre 2024, avant d'atteindre une valeur record le jour de l'inauguration de Donald Trump, qui avait annoncé vouloir lever certaines réglementations en place sur les cryptomonnaies. En février 2025, la plateforme d'échange de cryptomonnaies Bybit a connu le plus grand vol de l'histoire du secteur : environ 1,5 milliards de dollars de perte, impactant de fait le marché des cryptomonnaies. Le Bitcoin a ainsi vu son prix passer sous la barre symbolique des 90 000 dollars.

Adapté des sites du Figaro et de Statista

25 **COMPRÉHENSION** Lisez le texte, observez le graphique et répondez aux questions suivantes.

1. Pour quelles raisons faut-il être prudent dans l'achat des Bitcoins ?
2. Qui achète le plus de cryptomonnaies ?
3. Pourquoi le prix des Bitcoins a-t-il chuté en février 2025 ?

26 **PRODUCTION** Vous écrivez pour un blog d'investissement et on vous demande d'analyser les risques et les opportunités offerts par l'achat de cryptomonnaies. Écrivez un article d'environ 300 mots où vous offrez votre point de vue.

Esame di maturità – Seconda prova

PROVA 1

PARTIE 1 – COMPRÉHENSION

Lisez le texte suivant et observez le tableau qui l'accompagne.

IA : quand les marques deviennent les premières sources d'information de Google Gemini

Prix de six réponses sur dix données par l'assistant IA de Google, Gemini, provenant en France... des marques elles-mêmes.

Selon les résultats d'une étude de l'agence Harris Markov, deux sur trois ont pu de cas, l'information délivrée par l'IA a été jugée aussi fiable que celle fournie par des fabricants ou des prestataires de services, fiches techniques, FAQs, articles de blogs prospectives ou guides pratiques.

Les chiffres sont sans appel : 57 % des réponses générées par Gemini s'appuient sur des sites de fabrication ou de prestation de services, contre seulement 16 % pour les institutions, 15 % pour les médias et 22 % pour les distributeurs. « La surperformance des contenus fiables par des marques dans les réponses des assistants IA s'explique complètement en fonction de la typologie de recherche. Tout dépend de ce que l'on s'attend à obtenir », analyse Maxime Guenoun, responsable de l'agence SEO chez Harris Markov.

Certains secteurs flatteront particulièrement cette tendance. La mode (75 % de réponses issues des marques) et le bricolage (74 %) seront en tête, suivis de la finance (71 %), de la technologie (60 %) et de l'automobile (50 %). À l'inverse, seuls des domaines très réglementés comme la santé (40 % d'informations) ou l'énergie (35 %) parviennent à lever la balance en faveur des sources institutionnelles.

Dernière en date, une stratégie bien rodée : celle du SEO (Search Engine Optimization, une stratégie pour un meilleur référencement sur les moteurs de recherche) appliquée à l'IA. Les entreprises qui dominent les résultats ont pour point commun des sources d'investissement dans des contenus optimisés. Elles produisent des contenus riches et structurés : fiches techniques, FAQs, blogs informatifs, tutoriels ou encyclopédies détaillées. « La qualité technique du site, la rapidité de chargement et la mise en valeur des contenus sont déterminantes. Les IA abordent rapidement l'exploration d'un site trop lent », rappelle le spécialiste.

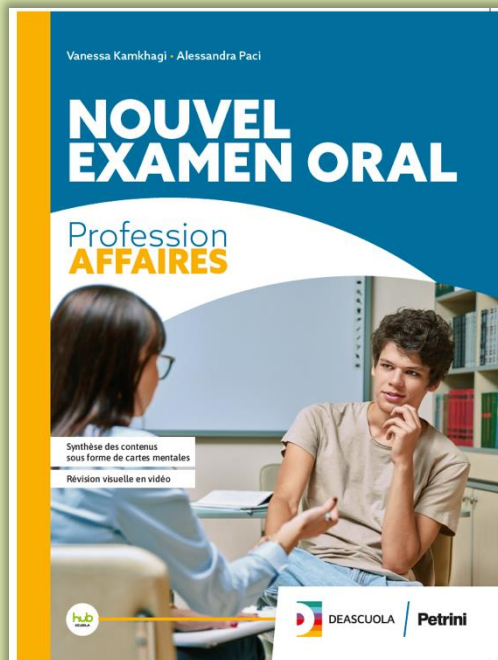
Un constat qui rejoint les recommandations officielles de Google pour apparaître dans les réponses d'IA : content les Agences IA ou le Web IA. Le moteur de recherche encourage en effet les créateurs de contenus à produire des informations uniques et utiles, adaptées aux requêtes locales et précises que fournissent les assistants IA. Il insiste aussi sur la nécessité

de fournir une expérience de page optimale (graphisme, lisibilité, rapidité, clarté du contenu principal) et de structurer les informations avec des données faciles pour les machines, comme des FAQs ou des balises enrichies. Google recommande également d'aller au-delà du texte en intégrant des images et des vidéos de qualité, indispensables à la recherche dite « multimodale ». Les marques qui arrivent déjà avant dans le SEO et l'optimisation technique sont ainsi souvent les mieux armées pour faire croire aux IA.

Les institutions, elles, peinent donc à rivaliser : dans chaque secteur, des acteurs dominent mécaniquement les réponses : Leroy Merlin et Castorama en bricolage, SNCF Connect en

- Tout au long du volume: Activités "Vers l'examen" : Focus Presse
- À la fin du volume : 2 épreuves complètes de Seconda Prova

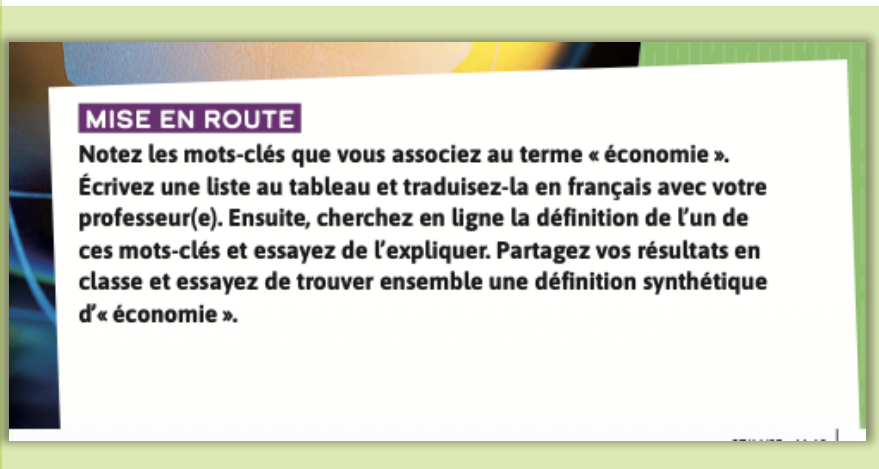
Esame di maturità : fascicolo per l'orale



- Synthèse des contenus sous forme de cartes mentales
- Révision visuelle en vidéo

Exemple d'utilisation

Exemple d'utilisation : le monde économique



Exemple d'utilisation : le monde économique

- Définition du sujet traité
- Liens interdisciplinaires utiles pour l'Esame Orale di Maturità

**UDA
0**

Le monde économique

LIENS INTERDISCIPLINAIRES

- **AFM** economia politica (→ 1, 2, 3, 5); diritto (→ 6)
- **RIM** relazioni internazionali (→ 1, 2, 3); diritto (→ 6)
- **SIA** economia politica (→ 1, 2, 3, 5); diritto (→ 6)

POINTS CLÉS

L'économie est une science sociale qui analyse la façon dont les **individus** et les **entreprises** utilisent des **ressources** pour satisfaire des **besoins**. Pour cela, elle analyse la **production**, la **distribution** et la **consommation** de **biens** et de **services**.
En fait, l'économie cherche à répondre à des questions comme *Quoi produire ?*
Comment produire ? et *Pour qui produire ?*
Comprendre les principes de l'économie est fondamental pour prendre des décisions informées au niveau personnel, social, politique et économique.

Exemple d'utilisation : le monde économique

2 Les systèmes économiques

Un système économique est la manière dont une société **organise** son **activité économique**. Un système économique définit quelles sont les **institutions** qui contrôlent la **production**, la **distribution** et la **consommation** des biens et des services.

On distingue trois types de systèmes économiques : l'**économie de marché**, l'**économie planifiée** et l'**économie mixte**.

ÉCONOMIE DE MARCHÉ

Dans l'économie de marché ou capitalisme, les **décisions économiques** sont prises par le **secteur privé** (entreprises et ménages) en fonction de l'**offre** et de la **demande**, et l'**État** a un rôle qui se limite aux **services principaux et essentiels**.



Production
Distribution
Prix

Les décisions sont prises par le secteur privé

AVANTAGES

- Égalité des chances pour tous
- Compétitivité

INCONVÉNIENTS

- Monopole des grandes multinationales
- Augmentation de l'écart entre classes sociales riches et pauvres

ÉCONOMIE PLANIFIÉE OU CENTRALISÉE

L'**État** prend les **décisions économiques**, planifie la **production** et la **distribution** et détermine le **prix de vente** des biens et services. Ce système a été mis en œuvre dans les pays communistes.



Production
Distribution
Prix

Les décisions sont prises par le gouvernement

AVANTAGES

- Moins d'inégalités sociales et économiques
- Taux de chômage réduit

INCONVÉNIENTS

- Pas de liberté pour les entrepreneurs
- Manque de modernisation

- Les infographies
- Inclusion pour les élèves avec des troubles DYS

Exemple d'utilisation : le monde économique

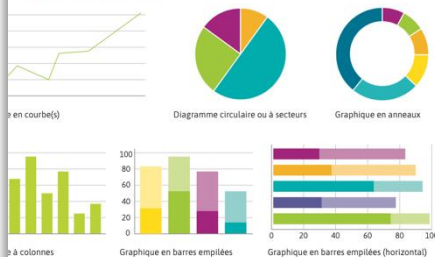
Décrire des graphiques

L'utilisation de graphiques dans les présentations permet de montrer de manière plus claire et rapide les **résultats d'une recherche ou d'une étude**.

Rendre les données **accessibles visuellement** facilite en effet une meilleure **compréhension**. Lorsque vous décrivez des supports visuels, il est conseillé :

- d'utiliser un langage simple : évitez les termes techniques pour vous assurer que tout le monde puisse suivre ;
- de se concentrer sur les points les plus importants : évitez les détails superflus ;
- de demander si le public a des questions une fois terminé : assurez-vous que chacun a bien compris l'information.

Types de graphiques



ANALYSER UN GRAPHIQUE

Le type de graphique

Graphique en courbes / circulaire / en bâtons... /
tableau / illustre / montre / compare...
Il s'agit d'un diagramme en bâtons qui...

Le thème et la période concernée

Intitulé de... en millions de... au cours des dix
dernières années.

Évolution / la variation de... de 2016 à 2020.
Rapport / la progression des ventes entre 2005 et
2019.

Repérer les éléments qui varient et expliquer pourquoi

- Tout d'abord, les données indiquent un net redressement de...
- Nous pouvons constater une forte augmentation de...
- Puis, nous remarquons un maintien...
- Selon ces chiffres, on note que...
- Enfin, une analyse détaillée du graphique révèle...

Dresser un bilan et faire des projections

- En conclusion, on peut / nous pouvons affirmer que...
- Pour conclure, les tendances observées...

- Les graphiques sur les sujets traités
- Monde du Travail : 2 partie "décrire les graphiques"

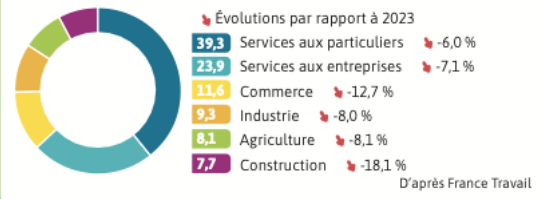
4. Industries : _____

8. Ingénierie : _____

9 **MÉDIATION** Observez le graphique et relisez le texte, puis répondez aux questions suivantes.

Quels secteurs recrutent le plus en France ?

Répartition du nombre de projets de recrutement par secteur d'activité en 2024



1. De quel genre de graphique s'agit-il ?

► Décrire les graphiques p. 256

2. Que représente-t-il ?

3. Quel est le secteur qui recrute le plus ?

4. Quel est le secteur qui recrute le moins ?

5. À quel secteur les services appartiennent-ils ?

6. De quel secteur la construction fait-elle partie ?

10 **COMPÉTENCE NUMÉRIQUE** **S'INSÉRER DANS LE MONDE NUMÉRIQUE** Explorer les opportunités offertes par l'IA.

1. Posez à l'IA la question : comment peux-tu m'aider dans l'analyse de la définition de l'économie ?
2. Écrivez une liste des possibilités offertes par l'IA, puis confrontez votre liste avec celles de vos camarades.
3. Explorez l'une des possibilités offertes. Ensuite, partagez vos réflexions sur son utilité avec vos camarades.

Exemple d'utilisation: le monde économique



● Dossier de civilisation

DOSSIER E **Le secteur secondaire**

Le secteur secondaire (☛ p. 6) occupe une place centrale dans l'économie française, en regroupant les activités de fabrication et de construction, essentielles à la transformation des matières premières et à la création d'infrastructures nécessaires au développement économique du pays. Toutefois, les emplois dans le secteur industriel ont diminué sensiblement en France, comme dans toute l'Europe occidentale. Les grandes entreprises ont changé de stratégie : elles se sont internationalisées en s'alliant à des entreprises étrangères et ont souvent déplacé une partie de leur production dans des pays où la main-d'œuvre est moins chère (☛ p. 133). L'industrie française n'est pas répartie de manière uniforme : les grandes zones industrielles se situent à l'est d'une ligne imaginaire reliant Le Havre à Marseille. La première région est **l'Ile-de-France**, qui réunit les sièges sociaux de beaucoup d'entreprises ; la **région lyonnaise** se place en deuxième position pour le volume d'affaires et le nombre d'entreprises.

Document A

DECATHLON

Création : 1976
Fondateur : Michel Leclercq
Siège social : Villeneuve d'Ascq, Hauts-de-France
Forme juridique : SAS
Activité : commerce de détail (articles de sport en magasin spécialisé)
Slogan : « À fond la forme »
Le 27 juillet 1976, dans une zone commerciale

près de la ville française de Lille, Michel Leclercq ouvre un magasin de type grande surface de vente d'articles de sport en libre-service. Le concept consiste à équiper sous un même toit et au meilleur prix tous les sportifs, du débutant au passionné. Decathlon est actuellement implantée dans 64 pays avec presque 2 100 magasins, dont 326 en France.

Document B

SEPHORA

Création : 1973
Société mère : LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton)
Siège social : Boulogne-Billancourt, Ile-de-France
Forme juridique : SA
Activité : commerce de détail (parfumerie et produits de beauté en magasin spécialisé)
Slogan : « We belong to something beautiful »
Sephora est une chaîne de magasins de vente de parfums et de produits cosmétiques, qui a connu un fort développement à partir de l'année 1993. Depuis 1997, elle appartient au groupe LVMH. Après ce rachat, Sephora a mené une politique d'expansion avec l'ouverture de magasins dans le monde entier. Emblématique, le magasin Sephora des Champs Élysées à Paris rassemble 250 marques et plus de 16 000 références.

L'Oréal PARIS

Création : 1909
Fondateur : Eugène Schueller
Siège social : Paris, Ile-de-France
Forme juridique : SA
Activité : fabricant de produits cosmétiques
Slogan : « Parce que nous le valons bien »
L'Oréal est un groupe industriel français de produits cosmétiques. Le groupe a différents laboratoires, dont les recherches portent sur l'étude de la peau et du cheveu ainsi que sur la conception et le développement de nouveaux produits dans tous les domaines de la cosmétique. Chaque année, plus de 3 000 nouvelles formules sont développées par les laboratoires. La Fondation L'Oréal soutient plusieurs initiatives en faveur des femmes scientifiques.

● Documents et explication des secteurs économiques

Exemple d'utilisation : le monde économique

- Développement des compétences numériques
- Activités pour une utilisation critique de l'IA



10

COMPÉTENCE NUMÉRIQUE

S'INSÉRER DANS LE MONDE NUMÉRIQUE

Explorer les opportunités offertes par l'IA.

1. Posez à l'IA la question : comment peux-tu m'aider dans l'analyse de la définition de l'économie ?
2. Écrivez une liste des possibilités offertes par l'IA, puis comparez votre liste avec celles de vos camarades.
3. Explorez l'une des possibilités offertes. Ensuite, partagez vos réflexions sur son utilité avec vos camarades.

Exemple d'utilisation : le monde économique

UDA 0 Le monde économique

EDUCATION CIVIQUE

LE GREENWASHING

Le **greenwashing**, ou écolablanchiment, est un terme né dans les années 1980 pour dénoncer les pratiques de certaines entreprises pétrolières qui cherchaient à améliorer leur image publique en minimisant leur impact environnemental. Aujourd'hui, le terme désigne une **pratique marketing** qui consiste à faire croire qu'un produit, un service, une marque ou une entreprise a une politique attentive à l'environnement, dans le but de se donner une **image verte** avec une façade attrayante pour les consommateurs.

Les indices du greenwashing

Les entreprises qui utilisent le greenwashing mettent en œuvre des pratiques qui présentent des caractéristiques communes. Les plus répandues sont :

- l'utilisation de **messages vagues** tels que « naturel » ou « durable » sans toutefois être accompagnés de certifications ;
- la mise en avant d'un petit effort écologique **sans réel impact** sur le produit vendu, ou entraînant d'autres conséquences négatives pour l'environnement ;
- de **fausses certifications** ou de faux labels écologiques ;
- de **fausses promesses** sur le développement d'une stratégie durable ;
- l'offre de **don** à des associations environnementales sans changer les pratiques environnementales de l'entreprise.

Conséquences du greenwashing

Le greenwashing a plusieurs conséquences négatives.

- **Tromperie des consommateurs** : les consommateurs sont induits en erreur et peuvent prendre des décisions d'achat basées sur de fausses informations concernant le produit.
- **Déligitimation des véritables démarches écologiques** : le greenwashing peut endommager les entreprises vertes en rendant par exemple plus difficile l'identification des produits et services qui sont vraiment durables.
- **Frein à la transition écologique** : en donnant l'illusion d'une action pour l'environnement, le greenwashing peut retarder la mise en place de mesures concrètes et efficaces pour lutter contre les problèmes environnementaux.

Les directives contre le greenwashing

Outre dernières années, la France et l'Union européenne ont élaboré des lois et des directives pour lutter contre le greenwashing. La loi **AGEC** (anti-gaspillage pour une économie circulaire) de 2020, entrée en vigueur en 2023, interdit par exemple l'utilisation de mentions vagues comme « vert » ou « biodégradable » sur les emballages, les produits et dans les messages publicitaires. Depuis 2021, la loi **française** (Loi Climat et Résilience) 2021-1104 punit le greenwashing en tant que pratique commerciale déloyale et trompeuse au sein du Code de la consommation française. En outre, par la réglementation des **déclarations de « neutralité carbone »** (2023), le gouvernement s'est engagé à inscrire dans la loi l'objectif de zéro émission nette d'ici à 2050. La directive européenne « **Green Claims** » vient enfin fournir des règles communes pour vérifier la véracité de l'impact durable des produits et pour interdire les publicités trompeuses.

12

Quelques cas de greenwashing

Coldplay : la tournée de la déforestation

Le groupe de soft rock Coldplay s'est senti coupable d'avoir voyagé dans le monde entier lors de sa tournée. Afin de réduire l'empreinte de ses voyages aériens, le groupe a pris des mesures parmi lesquelles celle d'un partenariat avec la compagnie pétrolière finlandaise Neste, qui prétend être le plus grand producteur mondial de biocarburants durables. Toutefois, selon une étude du réseau d'organisations environnementales Friends of the Earth, les fournisseurs d'huile de palme de l'entreprise ont abattu 10 000 hectares de forêt entre 2019 et 2020. Neste utiliserait donc Coldplay pour redorer son image.



H&M : fiction rapide

H&M a été poursuivie en 2022 devant un tribunal fédéral de New York pour avoir tenté d'induire en erreur les consommateurs soucieux de l'environnement et prêts à payer plus cher pour des produits écologiques avec une ligne de vêtements présentant des « fiches d'évaluation environnementale » sur l'étiquetage, l'emballage et le marketing. Le but des fiches d'évaluation était d'informer le consommateur sur la durabilité d'un article. Mais l'entreprise a finalement dû abandonner cette initiative après qu'une autorité de régulation néerlandaise a révélé qu'elle avait utilisé des informations faussées qui ne correspondaient pas aux données sous-jacentes.

19 COMPRÉHENSION Dites si les pratiques suivantes peuvent être associées au greenwashing.

1. Label portant la mention « 100 % naturel ».
2. Entreprise de production textile qui n'utilise pas la main d'œuvre des enfants.
3. Entreprise de production manufacturière qui déclare utiliser du papier 100 % recyclé.
4. Construction d'une industrie verte au moyen d'une déforestation.
5. Contributions financières des banques aux entreprises green.

20 COMPRÉHENSION Associez les conséquences du greenwashing à leur description.

1. ☐ Tromperie des consommateurs
 2. ☐ Déligitimation des véritables démarches écologiques
 3. ☐ Frein à la transition écologique
- a. Le greenwashing peut retarder la mise en place de mesures efficaces pour lutter contre les problèmes environnementaux.
- b. Les consommateurs sont induits en erreur et peuvent prendre des décisions d'achat basées sur des informations fausses.
- c. Le greenwashing peut rendre plus difficile l'identification des produits et services qui sont vraiment durables.

21 PRODUCTION Préparez un exposé oral pour présenter les directives françaises et italiennes concernant le greenwashing.

22 COMPRÉHENSION Lisez le document sur les cas de greenwashing, puis dites si les affirmations sont vraies (V) ou fausses (F). Corrigez les fausses.

1. Le groupe Coldplay s'est senti coupable pour la pollution causée par ses voyages pendant sa tournée.

V	F
V	F
2. La compagnie Neste est le plus grand producteur mondial de biocarburants durables.

V	F
V	F
3. La compagnie Neste a aidé les Coldplay à redorer leur image.

V	F
V	F
4. H&M a trompé ses consommateurs à cause d'un étiquetage basé sur des informations qui n'étaient pas complètes.

V	F
V	F
5. Les fiches d'évaluation environnementale ont été utilisées par H&M sur l'étiquetage, sur l'emballage et pour le marketing.

V	F
V	F
6. L'idée des fiches d'évaluation est de donner des informations au consommateur sur l'article.

V	F
V	F

- Éducation civique intégrée
- Les lois en Italie et en France
- Analyse de cas réels de greenwashing

Exemple d'utilisation : le monde économique

UDA 0 Le monde économique

FOCUS PRESSE

Vers l'examen écrit

La croissance économique chinoise tombe à 5 % en 2024

La Chine a enregistré en 2024 une croissance économique de 5 %, la plus faible depuis trois décennies hors période de Covid. Pékin s'était fixé l'objectif d'une croissance d'environ 5 % de son Produit intérieur brut (PIB), après une progression de 5,2 % en 2023, dans un contexte de crise persistante du secteur immobilier, de faible consommation intérieure et de tensions commerciales avec les États-Unis et l'Union européenne.

Un contexte de crise

En 2024, la Chine peine à se relever d'une grave crise de l'immobilier, même si ses exportations ont atteint le niveau record d'environ 3 400 milliards d'euros, en hausse de 7,1 % sur un an. Mais des nuages s'accumulent aussi sur le commerce extérieur, moteur de sa croissance économique, suspendu aux droits de douane élevés promis par le président élu américain Donald Trump. En outre, à l'intérieur du pays, le taux de chômage a dépassé les 5 % et menace de fragiliser encore plus la consommation.

Les mesures du gouvernement

Certes, Pékin a multiplié l'an dernier les mesures de soutien, les plus massives de ces dernières années, pour inciter les millions de consommateurs à la dépense. Les autorités ont promis d'assouplir encore leur politique budgétaire en 2025 et de poursuivre leurs mesures de soutien aux consommateurs, comme les subventions permettant aux ménages de remplacer leurs produits d'électroménager. En outre, bien que la Banque centrale chinoise ait l'intention de baisser encore ses taux directeurs en 2025, selon les analystes, les familles et les entreprises n'ont pas suffisamment confiance dans l'économie pour emprunter, même si cela est très bon marché. D'autres efforts seront donc nécessaires pour dynamiser la consommation. Les efforts du gouvernement peinent encore à se transformer en rebond de la consommation : la Chine a échappé de justesse à la déflation en décembre, les prix augmentant à peine, signe d'une demande toujours faible. Face à ces défis, les experts prévoient un nouveau ralentissement de la croissance chinoise à + 4,4 % en 2025, avec le risque qu'elle trébuche sous 4 % en 2026.

D'après Le Figaro

23 **COMPRÉHENSION** Lisez le document, puis dites si les affirmations sont vraies (V) ou fausses (F). Corrigez les fausses.

1. La croissance économique chinoise en 2024 est plus marquée que les années précédentes.	V	F
2. La politique américaine pourrait endommager l'économie chinoise.	V	F
3. La baisse des taux par la Banque centrale chinoise va surement dynamiser l'économie.	V	F

24 **COMPRÉHENSION** Répondez aux questions par vos propres mots.

1. Quel est l'état du commerce extérieur en Chine ?
2. Quel est le taux de chômage et quelles sont les conséquences qu'il pourrait entraîner ?
3. Expliquez l'expression « la Chine a échappé de justesse à la déflation ».

25 **PRODUCTION** Décrivez dans un texte d'environ 150 mots en quoi consiste l'économie et pourquoi elle vous intéresse en suivant cette piste :

- définition ;
- intérêt personnel pour cette matière ;
- activités pour vous informer (lecture d'articles, participation à des débats...).

14

- Focus presse: lire et comprendre l'actualité
- Activités pour examen écrit de Maturità: compréhension et production

Exemple d'utilisation : le monde économique

COMPÉTENCES À L'ORAL

Le monde économique UDA 0

Les indicateurs économiques → pp. 7-9

1 Observez la carte. Ensuite, présentez à l'oral la situation du chômage en Europe selon la piste suivante.

- Que montre la carte ?
- Que permet de définir le taux de chômage ?
- Quels pays montrent un taux plus bas ?
- Comment se place l'Italie ?
- Quel est le pays européen avec le plus haut taux de chômage ?

Le taux de chômage en Europe

L'Union européenne a enregistré 13 millions de chômeurs en août 2024, un chiffre en légère baisse sur un an.

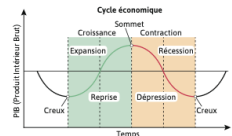
Le taux de chômage en Europe

- Inférieur à 5 %
- Entre 5 et 10 %
- Supérieur à 10 %



2 Après avoir défini en quoi consiste un cycle économique, décrivez-le en utilisant le graphique suivant.

Cycle économique



Évolution annuelle en % des indices des prix à la consommation

Indice	Évolution annuelle en %
Ensemble IPC*	3,10
Alimentation	5,70
• Produits frais	8,30
• Autre alimentation	5,30
Tabac	16,80
Énergie	1,80
Produits manufacturés	0,70
Services	3,20

* : indice des prix à la consommation

3 Observez le graphique et présentez-le à l'oral en utilisant comme piste les questions suivantes.

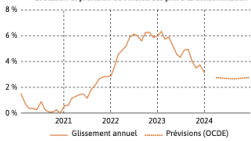
↳ Décrire les graphiques p. 256

- De quel genre de graphique s'agit-il ?
- Que montre-t-il ?
- Quelles données prend-il en compte ?
- Quelle est la situation des indices en 2023 ? Et en 2024 ?
- Quelles sont les prévisions de l'OCDE ?

Indice des prix à la consommation

Janvier 2024 -0,2 % Inflation sur un mois 3,1 % Inflation sur un an

Évolution et prévision de l'indice des prix à la consommation



Source : Insee, OCDE (2024), réalisation Atelier des Études Économiques, Références, Veille et Prospective

- À la fin de l'étape
- Pour s'exercer à l'oral ou à l'écrit
- Graphiques, documents visuels, cartes, infographies

Exemple d'utilisation : le monde économique

UDA 0 BILAN Révision visuelle

1 Choisissez l'alternative correcte.

1. L'économie analyse la façon dont les individus et les ménages / entreprises utilisent des ressources pour satisfaire des besoins.
2. Les acteurs de l'économie, ou agents économiques / agents sociaux, participent à l'activité économique d'un pays.
3. Il y a différentes catégories d'agents économiques : les ménages, les entreprises, les administrations publiques / privées, les institutions économiques / financières, les institutions sans but lucratif au service des ménages et le reste du monde.

/ 4

2 Complétez les définitions.

1. Dans l'économie de marché, les décisions économiques sont prises par
2. Dans l'économie de marché, les décisions économiques sont prises sur la base de
3. Dans l'économie planifiée, le prix de vente est déterminé par
4. Dans le système d'économie mixte, l'Etat contrôle

/ 4

3 Reliez les expressions aux définitions correspondantes.

1. ☐ Le Produit Intérieur Brut (PIB)
2. ☐ Le taux de chômage
3. ☐ L'indice des prix à la consommation (IPC)
4. ☐ Les taux d'intérêt
5. ☐ La balance commerciale
6. ☐ L'indice de confiance des consommateurs

- a Elle mesure la différence entre les exportations et les importations d'un pays.
- b Il mesure la valeur totale des biens et services produits dans un pays sur une période donnée.
- c Il indique l'évolution des prix des biens et services consommés par les ménages.
- d Il mesure la proportion de la population active qui est sans emploi et à la recherche d'un emploi.
- e Il estime l'optimisme ou le pessimisme des consommateurs face au contexte économique.
- f Ils influencent le coût du crédit et l'investissement.

/ 3

4 Complétez par les mots de l'encadré.

monétaire • demande excessive • de la demande • monétaire • de production

L'inflation peut être déterminée par la (1) par rapport à l'offre de biens et services, l'augmentation des coûts (2) ou l'augmentation excessive de l'émission (3)

La déflation peut être déterminée par une diminution (4) ou de l'offre, ou par une politique (5) restrictive.

/ 5

5 Écrivez le principe d'économie circulaire correspondant à chaque définition.

1. : création de produits avec des matériaux durables et recyclables.
2. : privilégier l'usage à l'achat d'un bien en le partageant.
3. : procédés permettant de donner une vie plus longue aux produits.
4. : transformation des déchets pour la fabrication de nouveaux produits.

/ 4

TOTAL / 20

- Bilan : rapide évaluation des connaissances pour réviser

Et encore...

Et encore ...

Remplir une lettre de voiture

LIRE LE DOC

1 Sender (name, address, country) Expéditeur (nom, adresse, pays) J.B.F. Ltd 34 St. Marys Street Brecon, Pwys L33 7AA - UK		INTERNATIONAL CONVOIEMENT NUTRE LETTRE DE VISTEUR INTERNATIONALE N 6 This document is the internationally unique identifier (numéro unique international) for the Convention on the carriage of goods by road (CMR). Ce document est le numéro unique international des conventions relatives au transport de marchandises par route (CMR).	
2 Consignee (name, address, country) Destinataire (nom, adresse, pays) Pordone ()		16 Carrier (name, address, country) Transporteur (nom, adresse, pays) ()	
3 Place of delivery of the goods (place, country) Lieu prévu pour la cession de la marchandise (lieu, pays) ()		17 Successive carrier (name, address, country) Transporteur successif (nom, adresse, pays) ()	
4 Place and date of taking over the goods (place, country, date) Lieu et date de la prise en caron de la marchandise (lieu, pays, date) ()		18 Carrier's reservations and observations Réserves et observations du transporteur ()	
5 Documents attached Documents annexés ()			
6 Seals and number of packages Sceaux et numéros des colis 25/4PT ()	7 Number of packages Nombre des colis ()	8 Method of packing Méthode d'emballage ()	9 Value of the goods Valeur estimée des marchandises ()
10 Number of packages Nombre de colis ()	11 Weight in kg Poids brut en kg ()	12 Volume in m³ Volume en m ³ ()	13 Special agreements Conventions particulières ()
14 Instructions as to payment for carriage / instructions for the payment of the cargo / Prescriptions d'achèvement C Camargo paid / France / Frango C Camargo forward / Assignato / Non Franco ()			
15 Established in Etabli à ()			
16 Signature and stamp of the carrier Signature et tampon du transporteur ()			
17 Goods received Marchandises reçues ()			

- Lire les doc
- Documents réels
- Tâches authentiques

Et encore ...

Étape A • Le plan marketing

UDA 2

La stratégie de marketing vert de Danone

DANONE

Danone, un géant français de l'agroalimentaire, est un exemple de la façon dont une entreprise historique peut, en réorientant sa stratégie, se positionner parmi les acteurs du développement durable. Sa stratégie de marketing vert s'articule en trois axes : une meilleure santé, une vie meilleure et un monde meilleur.

En ce qui concerne le premier axe – une meilleure santé – Danone veut « apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre », à travers la qualité nutritionnelle de ses produits. Pour atteindre cet objectif, l'entreprise met en œuvre plusieurs actions telles que la recherche de produits plus sains, la promotion de modes de vie plus sains à travers des programmes d'éducation et d'entraînement, et l'adoption de pratiques commerciales responsables pour renforcer la confiance des consommateurs.

En ce qui concerne le deuxième – une vie meilleure – Danone met en évidence son impact quotidien sur la vie des personnes et s'engage à générer un impact positif. Cet axe se concentre sur l'amélioration des conditions de vie de ses employés, la contribution à une société meilleure en promouvant une alimentation saine et durable.

Le troisième axe – un monde meilleur – se concentre sur l'approvisionnement en matières premières qui viennent de l'agriculture durable. Le programme « Nature 2020 » se concentre sur la lutte contre le changement climatique à travers la réduction de son empreinte carbone, sur la protection du cycle de l'eau, sur la promotion d'une économie circulaire à travers l'utilisation de matériaux durables et la réduction de déchets, sur une agriculture respectueuse des écosystèmes et créatrice de valeur économique et sociale.

Avec le plan « Renew Danone » de 2022, Danone vise enfin à renforcer ses marques principales et faire de la durabilité une priorité dans ses activités.

Adapté de Spinosi Marketing

Histoire de Danone

1919 Isaac Carasso fonde une petite laiterie à Barcelone, en Espagne.

1966 Fusion des verreries Glaces de Boussois et Verrerie Souchon Neuvesel, qui donne naissance au groupe BSN, spécialisé dans la production de verre ; Danone fait son entrée en Italie.

1967 Danone unifie la distribution de ses produits avec ceux de Gervais, leader dans la production de produits frais.

1972 Le Groupe Danone naît de la fusion de Gervais Danone avec BSN, un groupe spécialisé dans la production de verre.

1976 Danone construit sa première usine en Italie.

2006 Grâce à un accord entre Muhammad Yunus, prix Nobel de la paix, et le groupe Danone, est créée au Bangladesh la Grameen Danone Foods Social Business Enterprise.

2022 Antoine de Saint-Affrique prend la direction de Danone et présente le plan « Renew Danone ».

34 **COMPRÉHENSION** Lisez le texte, puis complétez les phrases par l'option correcte.

1. La stratégie de marketing vert de Danone s'articule en trois axes : une meilleure santé, une vie sociale / une vie meilleure et un monde meilleur.
2. Pour atteindre l'objectif d'une meilleure santé, Danone offre des programmes d'éducation et d'entraînement / des programmes pour ses employés.
3. Pour l'objectif d'une vie meilleure, Danone soutient l'amélioration des conditions de vie de ses employés / des jeunes.
4. L'agriculture durable / L'éducation alimentaire est l'objectif du troisième axe.

35 **COMPRÉHENSION** Répondez aux questions suivantes.

1. Quels sont les objectifs du programme « Nature 2020 » ?
2. Quel est le but du plan « Renew Danone » de 2022 ?

36 **PRODUCTION** Observez la chronologie et préparez un exposé oral sur l'histoire de Danone.

- Étude de cas
- Cas d'entreprises
- Activités de compréhension et production

Et encore ...

UDA 2 PROJET FSL Formazione Scuola-Lavoro

Lancer une nouvelle ligne de produits

POINT DE DÉPART 
Vous travaillez dans le service marketing d'une entreprise qui produit des articles sportifs et veut lancer une nouvelle ligne de raquette de tennis.

PRODUITS À RÉALISER
Présentation PPT pour le Directeur du marketing

MATIÈRES IMPLIQUÉES

- francese
- economia aziendale e geopolitica
- tecnologia della comunicazione



ÉTAPE A
Faites une étude de marché préalable au lancement du produit. ➔ pp. 64-65

Étude quantitative:

- faites une recherche sur Internet (par exemple, sur le site Planetoscope);
- résumez les résultats de façon schématique.

Étude qualitative:

- préparez un questionnaire d'au moins 6 questions pour comprendre quels sont les paramètres qu'on utilise lorsqu'on doit acheter une raquette (performances, prix, facilité d'achat, influence des joueurs professionnels...);
- remplissez le questionnaire et organisez les résultats graphiquement.

ÉTAPE B
Élaborez une stratégie STP. ➔ pp. 68-69

Utilisez les données acquises pour:

- identifier votre segment de marché et créer le profil de votre client (*Le produit s'adresse aux jeunes de 15 à 20 ans...*);
- choisir deux caractéristiques importantes issues du questionnaire et créer un mapping de

ÉTAPE C
Élaborez une matrice SWOT. ➔ p. 71

Forces	Faiblesses
Marché:	Marché:
Produit:	Produit:
Services:	Services:
Prix:	Prix:

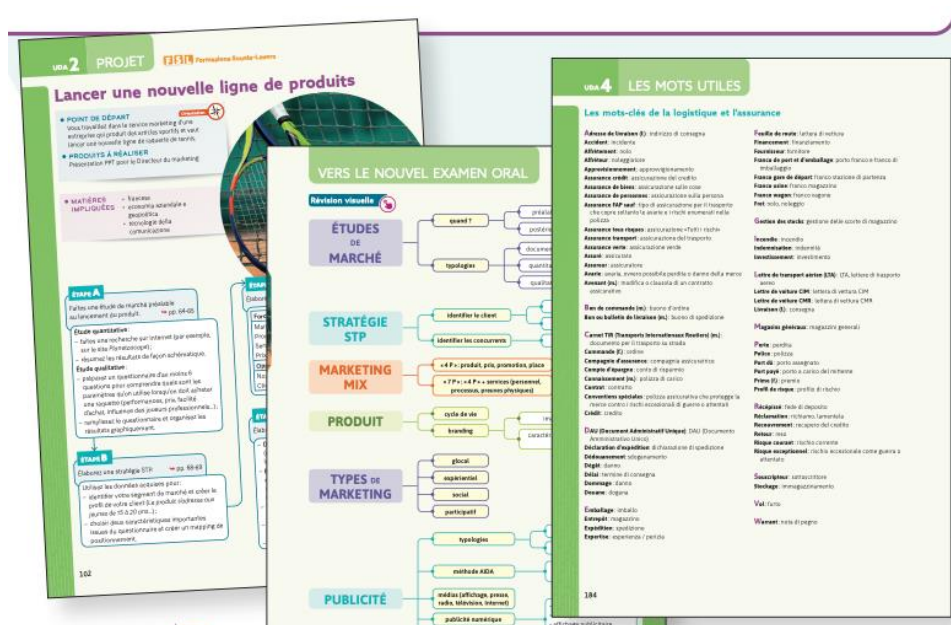
Opportunités	Menaces
Nouveaux marchés:	Concurrence:
Clientèle:	

ÉTAPE D 
Élaborez un marketing mix. ➔ pp. 72-73

- **Dérivez les caractéristiques du produit:** ligne (enfant / femme / homme) et packaging, nom et logo de votre marque.
- **Examinez les prix des concurrents et déterminez le type de prix** (psychologique, de pénétration, etc.) de votre raquette et son montant.
- **Décidez où vous allez distribuer votre produit** (magasins sportifs, Internet, etc.).
- **Créez l'un des éléments de la campagne**

- FSL : Mettre en pratique les connaissances apprises

Et encore ...

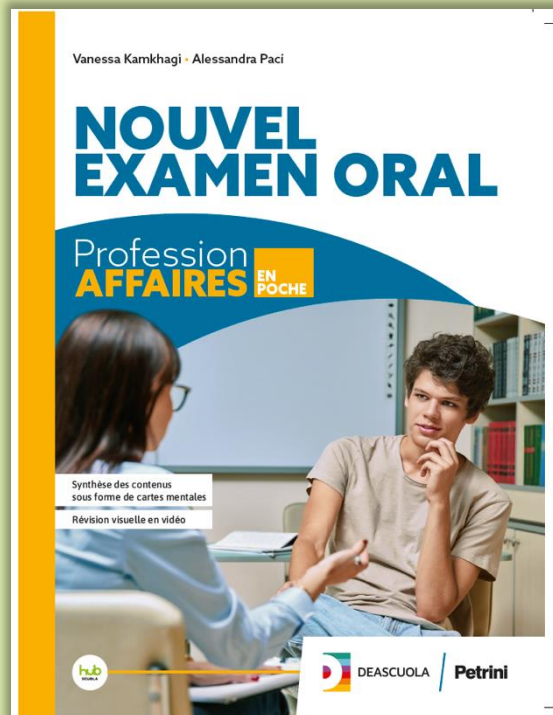
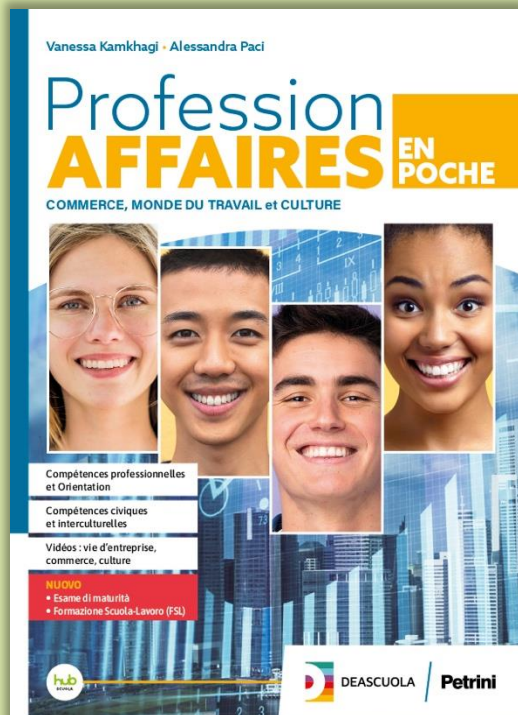


À la fin de chaque Unité d'Apprentissage

Projets FSL : mise en pratique

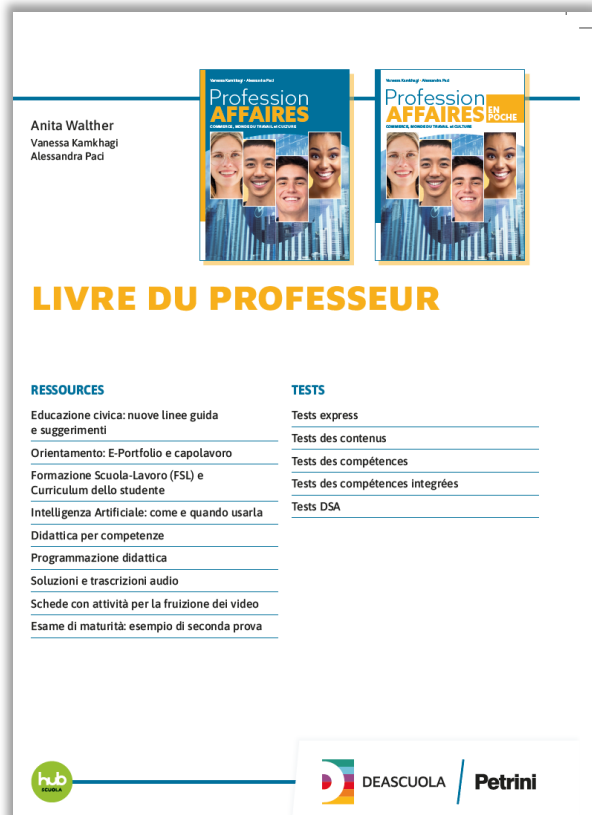
Révision visuelle : carte mentale et vidéo, utile pour l'Esame di Maturità

Glossaire : les mots utiles



- Profession Affaires
“En poche”

Et encore ... Le livre du professeur



- **Réssources** : orientation, éducation civique, FSL, IA...
- Cartes interdisciplinaires
- Corrigés et transcriptions
- Verifiche DSA e BES

Et encore ...

Commerce et affaires • UDA 2 Le marketing

La publicité

Regardez la publicité ci-dessous. Ensuite, préparez un discours de 15 minutes sur la publicité. Chronométrez-vous et entraînez-vous à prononcer votre discours en utilisant les expressions dans la Boîte à outils.



FRANCESE

- Définition de publicité ➡ pp. 84-85
- En poche pp. 62-63
- Analyser une publicité ➡ p. 87 En poche p. 65
- Le marketing mix ➡ pp. 72-73 En poche pp. 54-55

**ECONOMIA AZIENDALE
RELAZIONI INTERNAZIONALI**

- Il piano marketing
- Strategie di marketing globale

RACCORDI INTERDISCIPLINARI

DIRITTO

La tutela della proprietà intellettuale

BOÎTE À OUTILS

- L'image représente une campagne publicitaire de...
- Une campagne se compose de...
- En ce qui concerne le slogan...
- La publicité est un des facteurs du marketing mix qui est...
- Il est important de prêter attention à la protection de la propriété intellectuelle des marques...
- Le marketing suit un plan stratégique qui se compose de plusieurs phases...
- Enfin, il faut prendre en analyse les stratégies de marketing global...

MATERIALE FOTOCOPIABILE © D SCUOLA SPA - MILANO

149

2011/12 ProfessioneMestre Guida 147-158.indd 149 10/10/2011 10:23

- Exemple de carte interdisciplinaire

Et encore ...

UDA 0 - LE MONDE ÉCONOMIQUE

Nom : Prénom :
Classe : Date :

Profession Affaires
Profession Affaires En poche

TEST EXPRESS Commerce et affaires FILA A

1 Choisissez l'option correcte.

1 Les banques, les assurances et les organismes de crédit représentent

a ☐ les administrations publiques.
b ☐ les entreprises.
c ☐ les institutions financières.
d ☐ les ménages.

6 L'IPC permet de mesurer

a ☐ le taux de chômage.
b ☐ la richesse d'un pays.
c ☐ l'inflation.
d ☐ les taux d'intérêt.

Profession Affaires
Profession Affaires En poche

CONTRÔLE DES CONTENUS Commerce et affaires FILA A

1 Associez chaque indicateur économique à sa définition.

1 ☐ Le Produit Intérieur Brut.
2 ☐ Le taux de chômage.
3 ☐ L'indice des prix à la consommation.
4 ☐ La balance commerciale.
5 ☐ L'indice de confiance des consommateurs.

a Il mesure le pourcentage de la population active qui ne travaille pas et qui cherche un emploi.
b Il estime l'état d'esprit des consommateurs face au contexte économique.
c Il indique l'évolution des prix des biens et des services consommés par les familles.
d Elle mesure la différence entre les exportations et les importations.
e Il mesure la valeur totale des biens et des services produits dans un pays, sur une période donnée.

... / 10 points

2 Indiquez si les affirmations suivantes sont vraies (V) ou fausses (F). Corrigez les fausses.

1 Les entreprises fournissent des biens non commerciaux pour la collectivité. V F ☐ ☐

2 Dans une économie capitaliste, l'État joue un rôle fondamental. ☐ ☐

3 Le secteur tertiaire ne produit pas de biens matériels. ☐ ☐

4 Dans un cycle économique, le pic est le point le plus bas de l'activité. ☐ ☐

5 On appelle éco-conception la création de produits avec des matériaux durables et recyclables. ☐ ☐

... / 5 points

3 Répondez aux questions suivantes.

1 Qui sont les acteurs de l'économie ? Citez-en deux.

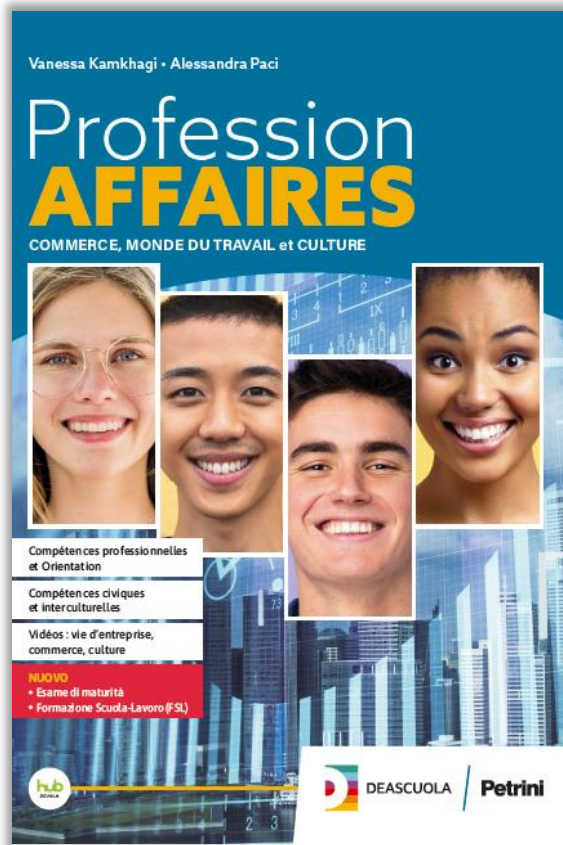
- Test express Fila A e Fila B
- Contrôles des contenus
- Contrôles des compétences

COMPRÉHENSION ORALE

2  03 Écoutez le dialogue, puis dites si les affirmations sont vraies (V) ou fausses (F). Corrigez les fausses.

- 1 Lina et Maxime envisagent de créer une start-up pour trouver des solutions aux problèmes environnementaux. V F ☐ ☐
- 2 Maxime pense que la micro-entreprise est parfaitement adaptée à leur projet de start-up écologique. ☐ ☐
- 3 La SAS pourrait leur offrir une grande flexibilité et faciliter l'entrée d'investisseurs. ☐ ☐
- 4 Maxime met en évidence que la SAS présente aussi des inconvénients. ☐ ☐
- 5 Les deux jeunes ne pensent pas devoir faire appel à un comptable. ☐ ☐
- 6 Maxime a identifié un accélérateur de start-up qui pourrait soutenir leur projet écologique. ☐ ☐

Pour finir



- Tout ce qui nous aide à soutenir le développement personnel et formatif des étudiants, citoyens responsables et pourvus de compétences professionnelles et numériques

Spazio alle domande!



DEASCUOLA

Guarda le videolezioni

- Trova più informazioni e accedi alle videolezioni sulla [pagina dedicata](#)

Insegnare Francese
nella Scuola Secondaria di Secondo Grado

Scopri *Profession Affaires*

Consulta la [scheda sul sito](#)

Richiedi copia digitale:

<https://deascuola.it/work/evaluate/profession-affaires-23250/>

