



# FRANZÖSISCH

SERIE

1

## LESEVERSTEHEN

KANDIDATIN  
KANDIDAT

Nummer der Kandidatin / des Kandidaten

Name

Vorname

Datum der Prüfung

BEWERTUNG

Fachbereiche

Erreichte Punkte / Maximum

Partie A

/ 18

Partie B

/ 7

Total

/ 25

EXPERTEN

## A

## Vers de nouveaux modes de paiement

**Le distributeur Migros a testé diverses techniques afin de rendre les achats plus agréables pour ses clients.**

«Pour Migros, la satisfaction des clients est une priorité. Ils doivent se sentir bien lorsqu'ils font leurs courses», explique Christoph Oriet, responsable pour l'aménagement\*<sup>1</sup> des nouveaux magasins Migros. «Par exemple, pour rendre les achats plus faciles, nous présentons les assortiments\*<sup>2</sup> séparément, par groupes de produits. Ainsi les clients passent plus simplement d'un rayon à l'autre. Et la sortie du magasin doit se passer de manière tout aussi confortable», déclare Christoph Oriet.

**(1)** Mais, selon les enquêtes effectuées auprès de la clientèle, la situation pendant les heures de pointe n'est pas idéale: l'attente aux caisses et les opérations qui suivent doivent être améliorées. «Il y a cinq ans, ce n'était pas un problème», se souvient Hans Schwarz, responsable notamment du système des caisses Migros. Mais aujourd'hui, parce que le rythme de vie a augmenté, les clients se montrent plus exigeants et plus impatients. Et les consommateurs préfèrent faire leurs achats plus souvent et en plus petites quantités.

**(2)** Migros a donc surtout cherché des solutions pour réduire les files d'attente devant les caisses. Pour cela, elle s'est inspirée de certains grands magasins aux Pays-Bas et en Suède. Ces deux pays ont introduit le système du self-service qui a déjà fait ses preuves dans d'autres secteurs. C'est, aussi en Suisse, le cas depuis longtemps pour les bancomats, les stations-service, les distributeurs de billets de transports publics ou les guichets d'enregistrement des aéroports.

**(3)** Mais comment adapter ce système aux magasins? Christian Niederer, du groupe informatique IBM, explique: Un distributeur suédois, l'ICA, fait preuve d'une grande confiance\*<sup>3</sup> vis-à-vis de ses clients: il croit à leur honnêteté\*<sup>4</sup> et leur laisse une grande liberté pour les achats. Les clients reçoivent à l'entrée un lecteur optique avec lequel ils scannent les prix des articles avant de les déposer directement dans leur sac: le client n'a plus besoin de montrer la marchandise lors du passage aux caisses. Pour payer ses courses, il remet l'appareil à un employé ou à un automate près de la sortie, où les prix des articles sont enregistrés. Puis, le client paie au moyen d'une carte de crédit, sans avoir besoin d'argent liquide.

**(4)** Il existe aussi un autre système de self-service, utilisé chez Ikea dans le monde entier ou chez Carrefour en France. Là, les clients scannent les prix de leurs produits, juste avant de quitter le magasin, à un automate qui remplace la caisse traditionnelle. Ensuite, ils règlent le montant total, mais uniquement par carte. Des vérifications sont effectuées sur un certain nombre de personnes lorsqu'elles quittent le magasin afin d'être sûr que tous les articles ont bien été scannés.

Migros va encore améliorer le système. «Pour l'instant, nos spécialistes cherchent quelles techniques sont le mieux adaptées à Migros et à sa clientèle», déclare Hans Schwarz.

\* 1: die Einrichtung / 2: das Verkaufssortiment / 3: das Vertrauen / 4: die Ehrlichkeit

**Exercice A1: Quels titres correspondent aux paragraphes 1 à 4?  
Choisissez les quatre titres corrects parmi les six propositions A à F.**

	No du paragraphe
A. Un système d'achat basé sur la responsabilité morale des clients.	<input type="checkbox"/>
B. Réactions des clients au nouveau mode de paiement.	<input type="checkbox"/>
C. Des clients insatisfaits chez Migros.	<input type="checkbox"/>
D. Résultats de l'évaluation de ces nouveaux systèmes.	<input type="checkbox"/>
E. Une technologie utilisée avec succès dans d'autres domaines.	<input type="checkbox"/>
F. Contrôles possibles à la sortie.	<input type="checkbox"/>

**Total partie A1**

**/8**

**Exercice A2: Les affirmations suivantes sont-elles vraies (V) ou fausses (F)?**  
**Justifiez toutes vos réponses (V et F) en allemand.**

	V ou F
1. Dans les nouveaux magasins Migros, la présentation des produits est mieux structurée. .....	<input type="checkbox"/>
2. Les habitudes* <sup>1</sup> des clients de Migros pour faire leurs achats n'ont pas changé. .....	<input type="checkbox"/>
3. Le paiement plus rapide est l'objectif principal* <sup>2</sup> de la Migros. .....	<input type="checkbox"/>
4. A la caisse d'ICA, le client doit présenter les produits achetés à l'employé du magasin. .....	<input type="checkbox"/>
5. Les clients d'Ikea et de Carrefour peuvent toujours payer comptant s'ils le veulent. .....	<input type="checkbox"/>

**Total partie A2**  
**Total parties A1 + A2**

**/10**  
**/18**

\* 1: die Gewohnheiten / 2: das Hauptziel



## B

## Cartes de crédit: des frais cachés<sup>\*1</sup>

**Une carte de crédit, c'est pratique. Mais très souvent, on ne remarque pas, lorsqu'on paie avec sa carte de crédit, qu'il y a des frais cachés.**

Utiliser sa carte de crédit, c'est simple comme bonjour, mais pas si bon marché que cela. Au contraire: les fournisseurs de ces cartes facturent des frais appelés Interchange Fee aux entreprises qui acceptent des cartes de crédit. À partir de cette année, ces frais s'élèveront en moyenne à 0,949% du paiement pour les cartes MasterCard et Visa; pour d'autres cartes, ce pourcentage sera encore plus élevé.

En Suisse, près de 5,8 millions de cartes de crédit sont en circulation. L'année dernière, elles ont été utilisées pour un volume d'achat global de plus de 23 milliards de francs. Avec des frais prélevés de presque 1% par transaction, cela représente un montant total de 230 millions pour cette seule année. Une somme considérable que le commerce, et par conséquent les consommateurs, paient aux fournisseurs de cartes. Certaines entreprises qui veulent la transparence, comme par exemple des compagnies aériennes, des agences de voyage ou des commerçants en ligne, facturent déjà ces frais séparément à leurs clients.

Malgré tout, les cartes de crédit sont présentées par leurs fournisseurs comme un moyen de paiement attractif.

**d'après Coopération**

\* 1: *versteckt*

**EXERCICE B1: Complétez les phrases suivantes avec les éléments corrects du tableau.****Éléments de phrases à utiliser:**

<b>Phrase 1</b>	souvent	rarement	toujours
<b>Phrase 2</b>	facultatif	optionnel	obligatoire
<b>Phrase 3</b>	supérieure	égale	inférieure
<b>Phrase 4</b>	un millième	un dixième	un centième
<b>Phrase 5</b>	attractif	correct	exagéré

1. Les consommateurs sont ..... conscients\*<sup>1</sup> que le paiement par carte de crédit comporte des frais supplémentaires.
2. Pour les entreprises qui travaillent avec les fournisseurs de cartes, le paiement de l'Interchange Fee est .....
3. La somme à payer avec une autre carte que Visa ou MasterCard sera encore ..... à partir de cette année.
4. L'Interchange Fee représente ..... du volume d'achat.
5. Un certain nombre d'entreprises trouvent ..... de montrer ces frais supplémentaires dans leurs factures.

\* 1: *sich bewusst sein*

**EXERCICE B2: Cochez la bonne réponse.**

1. **La somme de 230 millions de francs sera finalement à la charge**
  - a)  des entreprises
  - b)  des fournisseurs
  - c)  des clients
2. **L'année passée, les paiements effectués par cartes de crédit ont représenté la somme de**
  - a)  5,8 millions
  - b)  23 milliards
  - c)  230 millions

Total partie B  
Total parties A + B

/7  
/25