

CORRIGÉ – DIÉTIPRO

Proposition de barème sur 70 points

Questions à traiter - Travaux demandés	Barème
<p>Dossier 1 - Optimisation de la démarche de développement durable</p> <p>1.1 Repérer et illustrer les différents enjeux des acteurs présents lors de cette réunion.</p> <p>1.2 Identifier et illustrer les ressorts de l'influence utilisés par Dominique CALAFARA durant la réunion.</p> <p>1.3 Proposer des actions de communication pour mettre en valeur les actions de développement durable réalisées et à venir. Justifier les choix.</p> <p>1.4 Indiquer à quelle condition ces actions de communication iront dans le sens d'une communication globale. Illustrer la réponse.</p>	<p>18 points</p> <p>6 points</p> <p>6 points</p> <p>4 points</p> <p>2 points</p>
<p>Dossier 2 - Recrutement d'un(e) chargé(e) de mission environnement</p> <p>2.1 Comparer les modes de recrutement envisagés par Amélie FONTAINE.</p> <p>2.2 Citer les moyens de recrutement les plus pertinents au regard des objectifs de développement durable.</p> <p>2.3 Repérer les compétences et qualifications de ce (cette) chargé(e) de mission environnement.</p> <p>2.4 Présenter les composantes variables de la rémunération du (de la) chargé(e) de mission environnement en mettant en évidence celles qui relèvent de l'individualisation de la rémunération.</p> <p>2.5 Montrer les enjeux économiques et sociaux de cette rémunération variable pour DIÉTIPRO et pour ses salariés.</p>	<p>20 points</p> <p>6 points</p> <p>3 points</p> <p>3 points</p> <p>2 points</p> <p>6 points</p>
<p>Dossier 3 - Formation des seniors et enjeu social</p> <p>3.1 Calculer le taux d'accès à la formation des salariés de 55 à 59 ans et celui des salariés de 60 ans et plus. Comparer le résultat obtenu à la moyenne nationale et conclure.</p> <p>3.2 Citer les enjeux de la formation professionnelle pour les seniors et pour DIÉTIPRO.</p> <p>3.3 Indiquer le besoin d'information satisfait par la requête suivante : SELECT nom, prenom, age, intitule, annee FROM SALARIE, PARTICIPER, STAGE WHERE age > 55 AND salarieParticipant = matricule AND code = stageSuivi AND annee BETWEEN 2006 AND 2011 ORDER BY annee Asc;</p> <p>3.4 Écrire la requête permettant d'obtenir la liste des salariés inscrits à la formation informatique durant l'année 2011.</p>	<p>19 points</p> <p>4 points</p> <p>8 points</p> <p>3 points</p> <p>4 points</p>
<p>Dossier 4 – Dématérialisation et enjeu environnemental</p> <p>4.1 Présenter l'intérêt de la dématérialisation des factures pour DIÉTIPRO.</p> <p>4.2 Proposer un moyen sécurisé qui permettrait à DIÉTIPRO de mettre à disposition des clients les factures en ligne.</p> <p>4.3 Présenter les différents éléments de structure de la facture de la cliente DUMAS.</p> <p>4.4 Réécrire la feuille de style de façon à tenir compte des contraintes imposées par la nouvelle charte graphique.</p>	<p>13 points</p> <p>3 points</p> <p>2 points</p> <p>4 points</p> <p>4 points</p>
TOTAL	70 points

Points du programme abordés :

Classe	Thèmes	Notions
Terminale CGRH	<p>B. La communication</p> <p>1.2. Communication organisée</p> <p>1.3. Communication organisée et gestion des documents</p> <p>1.4. Protection, sécurité des documents et archivage</p> <p>C. La GRH</p> <p>1. Spécificités des RH</p> <p>2.1. Recrutement</p> <p>2.2. Gestion de l'évolution professionnelle</p> <p>3.2. Rémunération</p> <p>4. Les indicateurs de la gestion sociale</p>	<p>Communication globale</p> <p>Acquisition de documents papier</p> <p>Langages de définition et de présentation des documents électroniques</p> <p>Protection et sécurité des documents</p> <p>Qualifications, compétences</p> <p>Moyens de recrutement</p> <p>Plan de formation</p> <p>Composantes et enjeux</p> <p>Tableau de bord social</p>
Première Information et Communication	<p>B. La communication</p> <p>1.3. Enjeux de la communication</p> <p>2.5. Ressorts de l'influence</p> <p>3.3. Communication et réseaux informatiques</p> <p>3.3.2. Spécificités de la communication électronique</p>	<p>Stratégies conscientes ou inconscientes pour informer, influencer, créer et maintenir une relation, faire passer une image</p> <p>Argumentation logique, appel à l'affectif, appel au sentiment d'appartenance</p> <p>Droits d'accès aux ressources du réseau</p>
Première Information et Gestion	<p>1. L'entreprise et son fonctionnement</p> <p>1.2. Les principales activités de l'entreprise</p> <p>2. Le système d'information et les bases de données</p> <p>2.2. Le modèle relationnel</p> <p>2.3. La base de données</p>	<p>L'activité commerciale : <i>étude des supports d'information associés (facture)</i></p> <p>Les données et les relations</p> <p>Le langage de requête SQL</p>

**DOSSIER 1 – OPTIMISATION DE LA DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
(18 points)**

1.1 Repérer et illustrer les différents enjeux des acteurs présents lors de cette réunion. (6 points)

*On attend l'évocation des enjeux des acteurs (sans exiger leur dénomination exacte) et une illustration pertinente (2 points par enjeu illustré avec un maximum de trois enjeux).
Toute proposition pertinente sera acceptée.*

Informé :

Dominique CALAFARA : « *Je vous ai convoqués afin que nous fassions le point sur les actions mises en place [...].* »

Dominique CALAFARA : « *[...] la direction souhaite poursuivre son engagement en finançant de nouvelles actions de développement durable.* »

Faire passer une image : chaque participant se positionne dans une relation, transmet un reflet qu'il souhaite donner.

Kamel HAMOUR : « *La majeure partie des salariés de l'entreprise est fière de porter cette initiative.* »

Les 8 acteurs dévoilent une partie de leur personnalité, de leurs émotions, de leurs sentiments.

Thomas GRAVOIL : « *En tant que membre du CHSCT je ne peux que me réjouir de ce succès...* »

Créer et maintenir une relation : la communication de groupe implique un respect mutuel lors des échanges. On remarque le *ton courtois des participants, l'écoute mutuelle ; la prise de parole à tour de rôle...*

Kamel HAMOUR : « *[...] Nous pouvons dire que la majeure partie des salariés de l'entreprise est fière de porter cette initiative. Il s'agit d'un point fort pour notre communication tant à l'interne qu'à l'externe. L'image de l'entreprise en ressort fortement valorisée [...].* »

Influencer : chaque participant cherche à influencer la situation de communication et à faire adhérer l'interlocuteur à ses idées.

Monsieur CALAFARA souhaite que l'action concernant la réduction de l'impact environnemental initiée se poursuive et se renforce. « *Nous allons porter nos efforts sur le « zéro » papier.* »

Défendre son territoire : la notion de territoire se traduit ici par les distances qui apparaissent sur le plan verbal.

Jordan LAMBERT : « *Permettez-moi d'émettre quelques réserves monsieur CALAFARA.* »

De plus, chaque chef de service cherche à défendre les intérêts de son équipe.

Alexis DELCOURT : « *Notre laboratoire d'analyse aimerait pouvoir bénéficier des mêmes conditions de travail.* » ; « *Mon service a souffert de cette mobilisation.* »

Loïc LEDREFF : « *Ces choix ne vont-ils pas avoir une incidence sur les budgets communication et marketing ?* »

1.2 Identifier et illustrer les ressorts de l'influence utilisés par Dominique CALAFARA durant la réunion. (6 points)

On attend les trois ressorts de l'influence et au moins un exemple pour chacun (1 point par ressort de l'influence et 1 point pour son exemple).

Argumentation logique : « [...] réduction des consommations électriques et de ce fait une économie de 36 400 € par an » ; « 25 % du personnel a recours au covoiturage. C'est un début encourageant [...] » ; « nous avons réduit de 13 % la masse de carton utilisée » ; « une étude a été réalisée et je tiens à votre disposition les résultats. »

Appel à l'affectif : « Vous avez su modifier votre comportement et celui de vos collègues de travail. Nous sommes fiers de votre implication sur ce projet. »

Sentiment d'appartenance : « Je te comprends mais ces actions nécessitent une implication collective. Ce sont les efforts de l'ensemble des salariés qui nous permettent aujourd'hui de dresser un bilan positif pour ne pas dire très positif. »

1.3 Proposer des actions de communication pour mettre en valeur les actions de développement durable réalisées et à venir. Justifier les choix. (4 points)

On attend la proposition de quatre actions de communication pertinentes qui prennent appui sur des actions de développement durable (1 point par action proposée). Accepter toute proposition pertinente.

- Les véhicules hybrides et électriques peuvent servir de supports publicitaires mettant en avant les principes de développement durable appliqués par l'entreprise. Exemple de slogan : « DIÉTIPRO réduit ses émissions de CO2 grâce à l'utilisation de véhicules verts et du covoiturage » ;

- Mention sur les emballages des produits et les colis de l'utilisation du carton recyclé (« de gros efforts ont été réalisés sur le poids des emballages et sur la valorisation de ceux-ci. Nous avons réduit de 13 % la masse de carton utilisée ») ;

- Tous les supports de l'entreprise peuvent faire mention des prix et trophées obtenus (Ecotop, trophée régional du développement durable, ISO 9 001 et 14 001) ;

- L'action à venir « zéro papier » peut faire l'objet d'une communication simultanée en interne et en externe. Exemples : proposer aux clients une facture dématérialisée, l'envoi de publicité par courrier électronique au lieu du papier.

1.4 Indiquer à quelle condition ces actions de communication iront dans le sens d'une communication globale. Illustrer la réponse (2 points)

On attend l'utilisation de la notion de communication globale pour justifier la nécessaire cohérence des actions de communication à la fois en interne et en externe. Accepter toute proposition pertinente.

La communication globale a pour objectif de rechercher une double cohérence entre les messages internes et externes. L'image doit être conforme à la réalité pour être reconnue par le personnel puis relayée en direction des partenaires extérieurs.

Il faut donc que les actions de communication soient menées avec la même cohérence et la même image en interne et en externe (1 point). Par exemple, l'action « zéro papier » avec la dématérialisation des documents peut se faire en interne et en externe. De même, les prix et trophées obtenus grâce à l'implication des salariés peuvent être mentionnés sur tous les supports de communication externe (1 point).

**DOSSIER 2 – RECRUTEMENT D'UN(E) CHARGÉ(E) DE MISSION ENVIRONNEMENT
(20 points)**

2.1 Comparer les modes de recrutement envisagés par Amélie FONTAINE. (6 points)

On attend du candidat qu'il donne pour chaque mode de recrutement au moins trois avantages et trois inconvénients adaptés à la situation (0,5 point par avantage et 0,5 point par inconvénient).

MODE	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Recrutement interne	<ul style="list-style-type: none"> • Salarié déjà intégré, connaissance de la culture de l'entreprise, des perspectives à court, moyen et long terme en matière d'impact environnemental • Moyen de valoriser le potentiel humain de l'entreprise, plus forte motivation • Nouvelles responsabilités avec un sentiment d'appartenance, de reconnaissance • Réduction du coût du recrutement 	<ul style="list-style-type: none"> • Privation de « sang neuf » d'une compétence venant de l'extérieur avec une nouvelle façon d'appréhender les choses. • Nécessité de recruter quelqu'un sur le poste laissé vacant par le salarié promu. • Source de conflit donc de démotivation si les précautions de transparence et d'objectivité ne sont pas observées dans la promotion des compétences • Peu de candidats
Recrutement externe	<ul style="list-style-type: none"> • Rajeunissement possible de la pyramide des âges • Possibilité pour l'entreprise d'avoir un regard neuf • Entreprise performante qui recrute (image) • Occasion pour l'entreprise de définir un profil de poste précis (exigences en termes de savoir-faire mais aussi de savoir-être) • Plus de candidats donc plus de choix 	<ul style="list-style-type: none"> • Coût du recrutement • Durée du recrutement plus longue • Risque d'échec plus grand • Temps d'apprentissage plus long (poste + culture de l'entreprise) • Temps d'encadrement de la nouvelle recrue (intégration)

2.2 Citer les moyens de recrutement les plus pertinents au regard des objectifs de développement durable. (3 points)

On attend au moins trois moyens dématérialisés adaptés à la problématique de développement durable (1 point par moyen).

Au niveau interne : intranet (pour l'annonce et pour le formulaire de candidature en ligne), courrier électronique.

Au niveau externe : site Internet de l'entreprise et/ou sites spécialisés de recrutement en ligne (annonce + formulaire de candidature), site Internet de Pôle emploi, annonces dans les journaux en ligne, réseaux sociaux.

2.3 Repérer les compétences et qualifications de ce (cette) chargé(e) de mission environnement. (3 points)

On attend le repérage de deux éléments concernant les qualifications et quatre éléments concernant les compétences (0,5 point par élément repéré).

Qualifications	Compétences
Niveau bac + 5 (diplôme d'ingénieur généraliste spécialisé dans l'environnement, master en écologie, hydrologie, aménagement du territoire et géographie) Ou expérience significative dans le domaine	Polyvalent (plusieurs rôles) donc compétences en matière de : <ul style="list-style-type: none"> • analyse, synthèse • rédaction • communication et information • sens du relationnel • diplomate • rigoureux • force de conviction

2.4 Présenter les composantes variables de la rémunération du (de la) chargé(e) de mission environnement en mettant en évidence celles qui relèvent de l'individualisation de la rémunération. (2 points)

On attend le repérage des composantes variables de la rémunération du (de la) chargé(e) de mission environnement et le classement en deux catégories (0,5 point pour le classement en deux catégories et 0,5 point par élément classé dans la limite de trois).

- Éléments individuels : heures supplémentaires, prime d'objectifs,
- Éléments collectifs : intéressement aux résultats, participation aux bénéfices,

2.5 Montrer les enjeux économiques et sociaux de cette rémunération variable pour DIÉTIPRO et pour ses salariés. (6 points)

On attend au moins un exemple pertinent par type d'enjeu (1,5 point) et par acteur (1,5 point).

Type d'enjeu	Pour DIÉTIPRO	Pour les salariés
Économiques	<ul style="list-style-type: none"> - Variation de la rémunération en fonction de la conjoncture - Adéquation entre le coût du travail et la qualification et l'expérience du salarié - Stabilité du personnel 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de la rémunération si les objectifs sont atteints
Sociaux (et symboliques)	<ul style="list-style-type: none"> - Fidélisation des salariés - Diminution des tensions et conflits - Qualité du climat social - Motivation du personnel 	<ul style="list-style-type: none"> - Performance et motivation du salarié - Reconnaissance de la valeur

DOSSIER 3 – FORMATION DES SENIORS ET ENJEU SOCIAL (19 points)

3.1 Calculer le taux d'accès à la formation des salariés de 55 à 59 ans et celui des salariés de 60 ans et plus. Comparer le résultat obtenu à la moyenne nationale et conclure. (4 points)

On attend le calcul (0,5 point par tranche d'âge) afin de le comparer à la moyenne nationale (1 point) et d'en tirer les conclusions qui s'imposent (2 points).

Calculs préliminaires :

Effectif des 55-59 ans = 4 + 2 + 5 + 1 = 12 salariés

Nombre de salariés de 55 à 59 ans formés = 3

Taux d'accès des salariés de plus de 55 à 59 ans = $3/12 = 25\%$. 0,5

Effectif des 60 ans et plus = 2 + 1 = 3 salariés

Nombre de 60 ans et plus formés = 0

Taux d'accès des salariés de plus de 60 ans et plus = $0/3 = 0\%$. 0,5

Le taux d'accès à la formation pour les salariés entre 55 et 59 ans chez DIÉTIPRO s'élève à 25 % alors que la moyenne nationale s'élève à 31 %. Celui des 60 ans et plus s'élève à 0 % alors que la moyenne nationale est égale à 26 %. Le nombre de salariés formés est donc nettement inférieur à la moyenne nationale. } 1

Conclusion : DIÉTIPRO doit renforcer la formation des plus de 55 ans et surtout des plus de 60 ans car aucun salarié n'a été formé alors que la moyenne nationale est de 26%. } 2

3.2 Citer les enjeux de la formation professionnelle pour les seniors et pour DIÉTIPRO. (8 points)

On attend quatre enjeux pour chaque catégorie (1 point par enjeu dans la limite de 4 pour le salarié et 4 pour l'entreprise).

Enjeux de la formation	
Pour les seniors	<ul style="list-style-type: none"> • Actualisation des savoirs, savoir faire, savoir être • Acquisition des nouvelles technologies de l'information et de la communication et diminution du risque d'obsolescence des savoir faire • Meilleure productivité, meilleure réactivité • Entretien de la motivation à apprendre et maintien de la capacité d'apprentissage • Moins exposés à l'anxiété d'un « retour en formation » après une longue période sans formation • Limitation du risque d'une sur-spécialisation entravant la flexibilité et la mobilité professionnelle • Valorisation des acquis de leur expérience • Performance et motivation
Pour DIÉTIPRO	<ul style="list-style-type: none"> • Obligation légale • Ajustement des besoins en compétences • Fidélisation des salariés • Augmentation de l'employabilité • Favoriser les échanges intergénérationnels et les transferts de compétences • Performance et motivation des salariés

3.3 Indiquer le besoin d'information satisfait par la requête suivante. (3 points)

On attend la lecture de la requête SQL et sa compréhension dans le contexte.

La requête nous donne la liste des salariés de plus de 55 ans (1 point) -avec nom, prénom, âge et année et intitulé du stage- ayant suivi des stages entre 2006 et 2011 (1 point) classée par ordre chronologique (1 point).

3.4 Écrire la requête permettant d'obtenir la liste des salariés inscrits à la formation informatique durant l'année 2011. (4 points)

On attend la requête ci-dessous :

```
SELECT SALARIE.nom, SALARIE.prenom (0,5 point)
FROM SALARIE, PARTICIPER, STAGE (0,5 point)
WHERE STAGE.intitule = 'informatique' (1 point)
AND STAGE.annee = 2011 (1 point)
AND PARTICIPER.stageSuivi = STAGE.code (0,5 point)
AND SALARIE.matricule = PARTICIPER.salarieParticipant; (0,5 point)
ORDER BY nom;
```

Remarque : le préfixage des champs n'est pas obligatoire.

DOSSIER 4 – DÉMATÉRIALISATION ET ENJEU ENVIRONNEMENTAL (13 points)

4.1 Présenter l'intérêt de la dématérialisation des factures pour DIÉTIPRO. (3 points)

On attend l'identification d'au moins un élément de coût (1,5 point) et un élément de temps (1,5 point) avec un exemple pour chaque élément.

La dématérialisation des factures permet de réduire, de manière immédiate :

- les coûts liés à la préparation des documents (impression, mise sous pli, coûts salariaux, consommables),
- les coûts liés à l'affranchissement,
- les coûts liés au stockage et à l'archivage
- le temps de recherche des documents demandés par les clients
- les délais d'expédition des documents

4.2 Proposer un moyen sécurisé qui permettrait à DIÉTIPRO de mettre à disposition des clients les factures en ligne. (2 points)

On attend la proposition d'un compte en ligne (1 point) avec un accès sécurisé (1 point).
Accepter la proposition d'un procédé de cryptage pour les factures.

Création d'un espace dédié au client sur le réseau accessible via Internet grâce à un identifiant et un mot de passe.

4.3 Présenter les différents éléments de structure de la facture de la cliente DUMAS. (4 points)

On attend la présentation des quatre éléments de structure de cette facture (1 point par ligne).

EnteteDietipro qui correspond aux coordonnées de l'entreprise (nom, adresse, CP, ville, téléphone, mail, site Internet)

EnteteFacture qui correspond aux références de la facture (numéro et date) et aux coordonnées du client

LigneFacture qui correspond aux lignes de la commande du client (référence, désignation, prix unitaire HT, quantité, montant)

BasFacture qui correspond au total facturé (montantHT, TVA et TTC)

4.4 Réécrire la feuille de style de façon à tenir compte des contraintes imposées par la nouvelle charte graphique. (4 points)

On attend l'écriture de la feuille de style incluant les éléments modifiés de l'en-tête de DIÉTIPRO (couleur de l'arrière-plan du texte, couleur de la police, taille de la police, type de police) tenant compte de la nouvelle charte graphique. (1 point par élément correctement modifié)

```
corrigé Feuille de style d'une facture - Bloc-notes
Fichier Edition Format Affichage ?
Facture
{
font-family : times; font-size : 12 px;
display : block ;
margin: 10 px ;
padding: 5 px ;
}
entetedietipro
{
background-color: natural beige ;
font-family: comic sans ms; font-size: 16 px;
font-weight : bold; color : moss green ; width : 300 px;
display : block ;
}
```