

Le commerce

Plan du cours



N°	Sujet	Description/objectif	Contenu et activité	Forme sociale	Matériel	Durée
1	Jeu: entrée en matière	Le jeu encourage la capacité combinatoire tout en étant amusant. Son but est de sensibiliser les élèves à la grande variété de produits en vente.	Jeu: «J'achète ...» L'enseignante ou l'enseignant est le meneur de jeu et la classe entière joue (voir règles du jeu pour enseignants).	Classe entière	Règles du jeu	15 min
2	Le commerce	Les élèves connaissent les étapes historiques les plus importantes du commerce. Ils savent élaborer un thème commercial en toute autonomie.	Les élèves lisent l'histoire du commerce. En groupes, ils élaborent un bref exposé sur l'un des thèmes ci-dessous.	Tl, classe entière	Lecture Littérature spécialisée Ordinateur	45 à 90 min
3	Les voies commerciales	Les élèves connaissent la vieille route commerciale sur le Col du Saint-Gothard. Ils savent s'informer sur les voies commerciales et places de marché modernes et résumer ces informations sur une affiche.	Les marchandises sont aujourd'hui transportées à travers le monde entier par bateau, avion, camion et chemin de fer, comme si c'était une évidence. Il n'y a pas si longtemps, le Gothard constituait un défi énorme pour les muletiers. A l'aide de textes et de devoirs de recherche, les élèves apprennent des faits intéressants sur les anciennes et nouvelles voies commerciales.	Tl, TG	Lecture Ordinateur	45 min
4	Les foires	Les élèves apprennent l'origine et le contexte des foires. Ils connaissent diverses foires commerciales en Suisse.	Les foires existent depuis longtemps. Après avoir lu le texte à titre d'introduction, les élèves réfléchissent s'ils connaissent des foires et rassemblent les informations essentielles de celles qu'ils connaissent.	Tl	Feuille d'informations	30 min
5	Commerce et économie	Les élèves connaissent les termes et processus économiques essentiels. En groupe, ils apprennent à recevoir et à transmettre des informations, tant dans le rôle de membres que dans celui d'experts.	Dans le cadre d'un puzzle de groupe, les élèves apprennent et transmettent la terminologie et les processus commerciaux et économiques.	Puzzle de groupe	Fiches thématiques Lexique, dictionnaire, Internet	45 min
6	Calcul des pourcentages	Les élèves répètent le calcul des pourcentages.	Interlude: les élèves résolvent des problèmes de calcul des pourcentages.	Tl	Feuille de calcul	15 min
7	La chaîne de valeur	Les élèves apprennent ce qu'est une chaîne de valeur. Ils savent expliquer une chaîne de valeur suivant un exemple choisi.	Les élèves obtiennent un aperçu simple de la chaîne de valeur et en cherchent des exemples.	Tl	Fiche de travail	30 min

Le commerce

Plan du cours



8	Les types de commerces	Les élèves savent distinguer diverses formes de commerces de détail. Ils connaissent la différence entre les grossistes et les détaillants.	Les élèves s'informent sur les différentes formes d'entreprises. Dans un travail de groupe et une discussion plénière consécutive, ils comparent les diverses formes et représentants des détaillants.	TI, TG, classe entière	Matériel de travail	45 min
9	Profils de métiers	Les élèves recherchent et connaissent des métiers commerciaux.	Les élèves dressent des portraits de profils de métiers commerciaux. En faisant des recherches autonomes, les élèves trouvent les informations pertinentes pour les formations professionnelles correspondantes.	TI	Ordinateur Documents d'orientation professionnelle	30 min

Les durées indiquées donnent un laps de temps indicatif pouvant varier en fonction de la classe, ainsi que du niveau et de l'intensité du cours!

Compléments/variantes	
Légende	TI = travail individuel / CE = classe entière / TG = travail de groupe / T2 = travail à deux
Adresses de contact	Commerce Suisse Case postale/Güterstrasse 78 4010 Bâle Tél.: +41 61 228 90 30 info@handel-schweiz.com
Notes de l'enseignant/e	



Pourquoi aborder le sujet du commerce avec vos élèves?

Le commerce, l'achat et la vente de marchandises et la consommation de biens exercent une influence inégalée sur notre société. Les plus petits enfants savent déjà qu'on va au supermarché pour acheter tous les aliments essentiels, mais aussi les articles de luxe très prisés. Notre objectif est de poser certaines questions:

- D'où proviennent les articles vendus dans les magasins, quel parcours ont-ils fait?
- Comment fonctionnent le paiement et la fixation des prix?
- Comment fonctionnait le commerce du passé? Dans quel but avons-nous inventé l'argent, et qu'en est-il du trafic de paiements sans numéraire?
- Comment fonctionne une entreprise commerciale moderne et quelle est l'idée d'une chaîne de supermarchés?
- Quelles opportunités de carrière le commerce m'offre-t-il? Quels métiers puis-je apprendre?

Un accent particulier est mis sur la dimension historique. Il faut connaître l'évolution historique du commerce afin de comprendre l'économie moderne monétaire, du commerce et des devises. Les élèves peuvent faire leurs propres expériences à cet égard. Le matériel est agencé pour permettre aux élèves de jouer des rôles différents, du consommateur consciencieux à la vendeuse, en passant par le spéculateur, le troqueur, le futur apprenti commercial ou l'employée du commerce de détail. Le cours possède une structure interdisciplinaire qui s'appuie sur des méthodologies utiles. Diverses formes sociales et un enseignement oral et écrit en alternance avec des interludes amusants forment un tout qui s'allie bien au concept du commerce et à un enseignement orienté sur l'action.

Premier cycle

Le conte de Jean le Chanceux initie les enfants au commerce d'échange, tandis que la chanson «Pièce, pièce, tu voyages» les sensibilise au trafic de l'argent. La ville médiévale avec son marché typique fournit aux élèves une rétrospective sur les origines de nos grands magasins. Enfin, les enfants pourront jouer le rôle de marchands.

Outre la découverte du commerce au Moyen-Age et de quelques sites commerciaux modernes, les enfants acquièrent aussi des compétences en matière de troc, de marchandage, d'évaluation des prix, d'achat et de vente. Ils sont sensibilisés à l'économie, au commerce et à l'origine des produits.

Réflexions préliminaires



Second cycle

Sur l'exemple du coton, les élèves se familiarisent avec la provenance, la production et le transport d'un vêtement.

Ensuite, nous quitterons le passé pour faire un saut dans la modernité, où nous examinerons le parcours d'un jean. Les élèves identifieront ainsi les points communs et différences entre les textiles de luxe et les tissus communs, entre le passé et le présent.

En jouant aux «Colons de Catane», les enfants pourront s'exercer au commerce de manière ludique.

Troisième cycle

L'unité de cours fournit une vue d'ensemble de toute l'histoire du commerce, en se concentrant plus particulièrement sur les familles commerçantes et les consortiums. Les élèves découvrent ainsi une partie importante du Moyen-Age et de la Renaissance, tout en considérant l'histoire dans la perspective du commerce.

Nous aborderons ensuite l'économie moderne et la structure d'une entreprise commerciale. Il va de soi que les jeunes pourront découvrir les différents métiers commerciaux. Des jeux, calculs en pourcentages et petits quiz serviront d'interludes.

Jeu: Entrée en matière

Information aux enseignants



Ordre de travail	Jeu: «J'achète ...» L'enseignante ou l'enseignant est le meneur de jeu et la classe entière joue (voir règles du jeu pour enseignants).
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Le jeu encourage la capacité combinatoire tout en étant amusant.• Son but est de sensibiliser les élèves à la grande variété de produits en vente.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none">• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Règles du jeu
Forme sociale	Classe entière
Durée	15min

Jeu: Entrée en matière

Information aux enseignants



Règles du jeu

Ce jeu possède des règles secrètes que seul le meneur du jeu connaît (l'enseignante ou l'enseignant). Ces règles ne doivent être révélées ni par celui-ci, ni par les joueurs! Pour les élèves, le but du jeu consiste à découvrir les règles du jeu pour pouvoir jouer. Mais ils ne doivent révéler les règles sous aucun prétexte!

Le fonctionnement du jeu s'explique le plus aisément par un exemple. Supposons que l'enseignante s'appelle Marie Dupont. Elle s'adresse à ses élèves: «Ecoutez: il existe une règle pour votre comportement d'achat. Je ne vais pas vous révéler la règle, et si vous la découvrez, vous ne devez pas non plus la dévoiler! Je me rends au grand magasin et je m'achète un manteau. Fabrice, qu'est-ce que tu t'achètes?» Fabrice va peut-être répondre qu'il s'achète une veste. L'enseignante lui répond: «Non, Fabrice, ce n'est pas possible. Peut-être pourras-tu t'acheter une veste plus tard. Mais pour l'instant, tu devrais acheter un four! Ou un film...». L'enseignante va ensuite s'acheter un ananas, puis éventuellement un rouleau à pâtisserie.

Le premier objet acheté par le meneur de jeu commence par la même lettre de l'alphabet que son prénom. A ce stade, aucun élève ne va probablement s'apercevoir de la règle. Au second ou au troisième article, certains élèves vont réaliser de quoi il s'agit. L'enseignante de l'exemple achètera donc peut-être les produits suivants:

M **manteau**
A **ananas**
R **rouleau à pâtisserie**
I **iris**
E **épices**

Selon cette règle, Fabrice devrait acheter un objet commençant par la lettre F au premier tour. A chaque tour, l'enseignante demande à plusieurs élèves jusqu'à ce que l'un d'eux nomme une solution possible. Ultérieurement, on peut aussi intégrer le nom de famille, la ville du domicile, les hobbies, etc.

Tout en étant très amusant, ce jeu encourage la concentration, stimule l'imagination et la capacité combinatoire. Il peut se jouer à plusieurs reprises pendant quelques jours, jusqu'à ce que toute la classe connaisse les règles du jeu.

Le commerce

Information aux enseignants



Ordre de travail	Les élèves lisent l'histoire du commerce. En groupes, ils élaborent un bref exposé sur l'un des thèmes ci-dessous.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves connaissent les étapes historiques les plus importantes du commerce.• Ils savent élaborer un thème commercial en toute autonomie.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Lecture• Littérature spécialisée• Ordinateur
Forme sociale	TI, classe entière
Durée	45 à 90 min

Informations supplémentaires:

- Demandez aux élèves d'élaborer de brefs exposés ou des présentations portant sur un des thèmes suivants (ou d'autres thèmes):
 - La féodalité
 - La vente d'indulgences
 - Marco Polo
 - Le mercantilisme
 - La famille Fugger
 - La ligue hanséatique
 - La Révolution française
 - La fondation de la première banque
 - Le premier papier monnaie
 - L'invention du chemin de fer
 - L'invention des cartes de crédit et des distributeurs automatiques de billets modernes
 - La fondation de l'OMC
 - L'attentat du World Trade Center
 - L'introduction de l'euro



L'histoire du commerce

Le troc

Faire du commerce est une des plus anciennes techniques culturelles de l'Homme. Les sociétés primitives très anciennes pratiquaient déjà le troc, donc l'échange de marchandises. Des relations commerciales de ce type ont été découvertes dans des cultures africaines datant d'il y a 140 000 ans et s'étendaient même sur de longues distances. Des marchands voyageurs se procuraient des articles à un endroit donné, les transportaient vers d'autres lieux où ils les échangeaient contre des produits différents, qui leur servaient de moyen de paiement au premier endroit. On troquait des denrées alimentaires, des métaux bruts, du cuir, des tissus, des pierres précieuses, des épices, du sel... Bref, les marchands apportaient ce qu'on ne pouvait pas produire sur place et achetaient en contrepartie ce dont on disposait en grandes quantités. Nous savons aujourd'hui notamment que les Romains transportaient des fruits du Sud (grenades, oranges) vers leurs propriétés au nord des Alpes et ramenaient en revanche de la laine et d'autres biens au sud.



Le commerce monétaire



Les économies monétaires modernes connaissent cependant le commerce sous forme d'achat et de vente de marchandises en échange d'argent. Le terme «commerce» apparaît au XV^e siècle, une époque où plusieurs villes-républiques contrôlaient le commerce international (Venise, Gènes, des villes portuaires aux Pays-Bas et en Allemagne). Ces villes commerçantes disposaient de leurs propres flottes de navires qui servaient aussi bien au transport des marchandises qu'à la défense de ces transports et des villes mêmes. L'essor des villes médiévales autonomes qui avaient leur propre monnaie et une organisation du marché soutenue par leurs corporations et guildes a fait naître un prestigieux commerce de détail et prospérer d'importantes dynasties commerçantes (par ex. la famille Fugger à Augsbourg ou les Médicis de Florence). Celles-ci pratiquaient un commerce mondial et employaient leurs gains pour octroyer des crédits, par exemple pour financer des campagnes de guerre.



La naissance des banques



Pendant longtemps, les marchands transportaient leur argent dans de grands coffres. Comme les sommes augmentaient sans cesse (on n'avait que des pièces, pas de billets papier ni cartes de crédit) et que le volume de vente grandissait, il a fallu commencer à entreposer les recettes du commerce: c'était la naissance des banques. La Banca Monte dei Paschi fondée à Sienne en 1472 est la plus ancienne banque du monde qui existe encore. Mais ce n'est qu'au XVIII^e siècle qu'on a commencé à dépenser de l'argent papier en grandes quantités. Les billets de banque sont en fait des certificats servant comme moyen de paiement. Leur valeur devait être couverte en métaux précieux tenus par la banque qui les délivrait.

Le commerce dans la langue

Le commerce exerçait aussi une influence sur la vie quotidienne (ce qui est toujours le cas). De nombreuses villes ont des rues ou places nommées en conséquence (Rue du commerce, Place du marché) ou mettant en valeur différentes catégories (Rue du Vieux Marché aux Poissons, route du Vin).

Le métier de (employé) «commercial» provient également du terme commerce ou commerçant, donc de la profession marchande. Ce n'est que plus tard que le terme s'emploie aussi pour les professionnels qui se consacrent à la production, à la transformation et au marketing de la marchandise, ainsi qu'à la gestion comptable et commerciale d'une entreprise.

Les patronymes tels que «Marchand» ou «Commerçant» font allusion à l'ancienne profession de ces familles.



Le commerce

Documents de travail



Terminologie

Une **entreprise** ou **exploitation commerciale** acquiert des marchandises au niveau régional ou international et les vend à des intermédiaires (revendeurs) ou aux clients finaux. Il existe des entreprises commerciales qui vendent un très grand nombre de marchandises (par ex. les grossistes tels que Migros et Coop) et d'autres qui se limitent à une catégorie de marchandises (par ex. une librairie ou un commerçant d'acier).

Un **grossiste** procure lui aussi des marchandises en grandes quantités et les revend en grands volumes aux revendeurs ou distributeurs qui se chargent de la distribution fine dans un territoire plus restreint. Par ailleurs, il vend ses biens aux exploitations productrices qui les transforment en produits finaux pour les consommateurs.

Un **revendeur** ou **distributeur** fait la liaison entre le commerce de gros et le commerce de détail; ces derniers vendent les produits au consommateur final.

Le **commerce de détail** ou **détaillant** se charge d'approvisionner la population en denrées alimentaires, biens de consommation courante et d'autres marchandises.

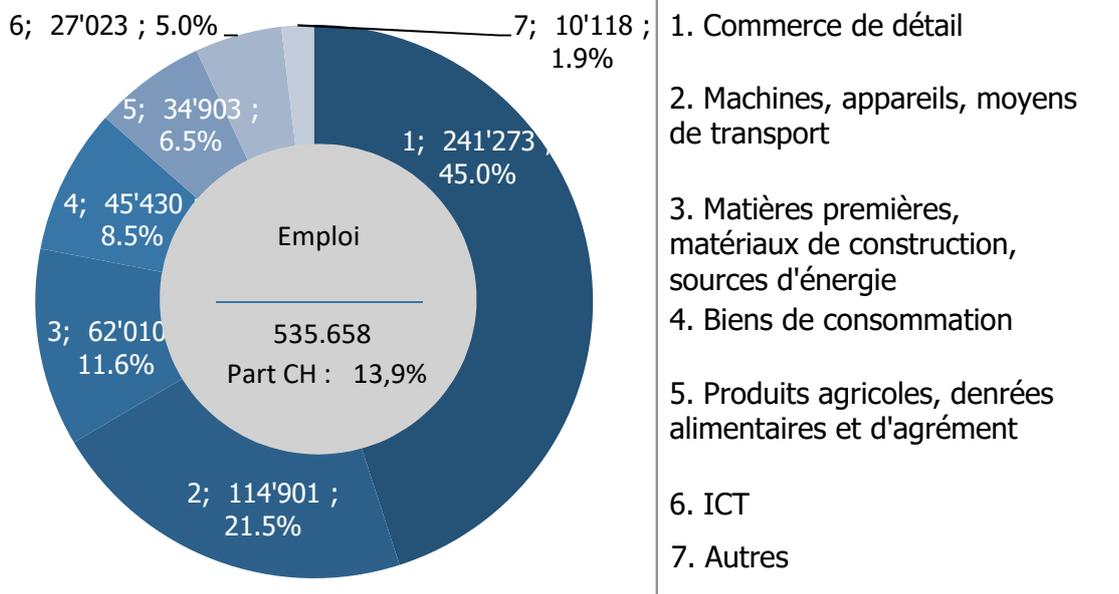
On désigne par **consommateur** une personne physique qui achète des biens et des prestations de services pour satisfaire à ses besoins de particulier.



L'importance du commerce de nos jours

Une personne sur sept travaille dans le commerce

En 2012, près de 535 700 personnes étaient employées dans le commerce. Cela correspond à environ 14% de tous les actifs en Suisse. Le commerce occupe donc presque autant de personnes que l'industrie chimique et pharmaceutique, l'industrie de biens d'équipement et le secteur financier tous réunis.



Emploi ; en FTE (équivalents temps plein) ; situation 2012
Source : OFS (STATENT), BAKBASEL

Importance pour l'approvisionnement du pays

La Suisse ne possède que peu de matières premières (par ex. le sel, le gravier, le granit, le bois, l'énergie hydraulique). C'est pourquoi elle dépend de l'importation des substances de base. Nous achetons donc notamment des métaux, des matières plastiques, des textiles en coton et en laine, des bois exotiques et de l'huile brute dans le monde entier pour disposer de matières de production que nous transformons en produits de grande qualité dans nos exploitations industrielles. En contrepartie, ces produits sont exportés dans le monde entier: produits chimiques et pharmaceutiques, machines et produits d'innovations techniques.

Le commerce

Documents de travail



Comme l'agriculture suisse ne parvient pas à couvrir nos besoins et certains produits ne peuvent pas être fabriqués ici, nous importons aussi des denrées alimentaires (fruits, légumes, viande, œufs, laitages, céréales, épices, riz, etc.). Les textiles, produits électroniques et les voitures comptent également parmi les biens d'importation.

C'est pourquoi le commerce revêt une importance vitale pour l'approvisionnement de la population suisse, mais aussi des entreprises productrices. Outre l'approvisionnement, il remplit d'autres fonctions importantes:

Entreposage: les exploitations commerciales stockent des marchandises afin de les livrer au moment où les entreprises et consommateurs en ont besoin.

Transport: les exploitations commerciales organisent le transport des marchandises à partir de sites de production en Suisse qui sont souvent très éloignés et assument la distribution fine à l'intérieur du pays.

Financement: les exploitations commerciales paient pour l'acquisition des marchandises auprès des producteurs et le transport, puis refacturent ces frais au client seulement au moment de la livraison.

Source: Branche Commerce, VSIG Commerce Suisse

Photos: Branche Commerce, VSIG Commerce Suisse, pixabay.com



Devoir: As-tu déjà vendu des marchandises? Décris tes expériences ici.

Les voies commerciales

Information aux enseignants



Ordre de travail	Les marchandises sont aujourd'hui transportées à travers le monde entier par bateau, avion, camion et chemin de fer, comme si c'était une évidence. Il n'en était pas toujours ainsi. Il n'y a pas si longtemps, le Gothard constituait un défi énorme pour les muletiers. A l'aide de textes et de devoirs de recherche, les élèves apprennent des faits intéressants sur les anciennes et nouvelles voies commerciales.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves connaissent la vieille route commerciale sur le Col du Saint-Gothard.• Ils savent s'informer sur les voies commerciales et places de marché modernes et résumer ces informations sur une affiche.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Lecture• Ordinateur
Forme sociale	TI, TG
Durée	45 min

Informations supplémentaires:

- Le film du Gothard: «Der Berg drückt» en allemand www.srf.ch/sendungen/my_school/der-berg-drueckt-2

Les voies commerciales

Documents de travail



Les voies commerciales du passé

Nous nous énervons à cause des bouchons sur nos routes vers le Tessin ou l'Italie, au portail nord du tunnel du Gothard. De nos jours, il nous paraît évident de pouvoir franchir en peu de temps une distance de centaines, voire milliers de kilomètres en voiture, en train ou par avion. Mais il n'en était pas toujours ainsi. Avant l'invention de la machine à vapeur, du moteur à combustion et des propulseurs à réaction, voyager était une activité très lente et parfois très pénible, surtout en présence d'un grand dénivelé. Les gens ne voyageaient que peu pour des raisons privées, le motif principal des longs trajets étant souvent le commerce. Mais le transport de marchandises était particulièrement pénible, car les routes carrossables faisaient défaut.

Le massif du Gothard était pendant longtemps un obstacle insurmontable. Les gorges de la Schöllenschlucht entre Göschenen et Andermatt représentaient la fin naturelle de la route qui traversait le Col du Saint-Gothard. Cette situation a changé il y a près de 800 ans: un pont en bois traversant les gorges a pour la première fois ouvert un passage aisé en 1230. On l'appelait le Pont du Diable, car selon une légende, le pont n'aurait pu être construit que grâce à un pacte conclu avec le diable. Cette construction réussie a donné le coup d'envoi pour l'évolution rapide du Col du Saint-Gothard en tant que voie commerciale et a été décisive pour l'essor du secteur logistique suisse.



On appelait muletiers les prédecesseurs de nos prestataires logistiques. Durant plusieurs siècles, ils transportaient des biens comme le vin ou le sel par les cols alpins. Au Gothard, les muletiers possédaient un monopole sur tous les transports de marchandises qu'ils assumaient à leurs propres frais ou sur mandat de leurs clients. Dès cette époque, ces prestataires avaient bien davantage de responsabilités que juste le transport. Les muletiers étaient aussi chargés de développer et de maintenir les chemins. Leurs affaires prospéraient: au XV^e

siècle, plus de 9000 animaux de somme passaient le col. On estime à près de 170 tonnes les marchandises transportées par-dessus le Gothard à l'aide des bêtes de somme au début du XVI^e siècle.

Une étape décisive pour le transport par le col à 2106 mètres était le départ du premier service de poste régulier sur cette route: à partir de 1615, un courrier transportait les biens des marchands zurichoises vers la ville italienne de Bergamo une fois par semaine. Mais ce n'est que 200 ans plus tard que les premières diligences ont traversé le Saint-Gothard.

Construit entre 1872 et 1882, le premier tunnel du Gothard représentait la percée de la voie commerciale: 2500 ouvriers étaient attelés à la tâche de construire le tunnel qui était considéré à

Les voies commerciales

Documents de travail



l'époque comme le plus grand chantier du monde. Les premiers trains postaux ont traversé le massif par le tunnel ferroviaire en 1882. Pour la première fois, un transport de marchandises presque indépendant de la météo et de la saison était devenu possible vers le Tessin.

Mais les capacités du vieux tunnel ferroviaire étaient loin de remplir nos exigences modernes. Seulement 110 à 150 trains de marchandises circulaient sur l'axe du Gothard jusqu'en 2016. Depuis que le tunnel de base est achevé, le nombre de trains se situe à un maximum de 220. Leur poids maximum a lui aussi doublé, passant à 4000 tonnes. Ainsi, le rail décharge sensiblement le transport routier sur l'axe nord-sud, tout en acheminant la marchandise nettement plus vite.

Sources: www.handelszeitung.ch et www.lernen-unterwegs.ch



Devoir n° 1: Lis ces énoncés et décide s'ils s'appliquent à la voie terrestre de nos jours, à la voie terrestre du passé ou à la voie maritime.

Ordre de travail n° 1:

Décrivez comment le Col du Saint-Gothard a évolué pour devenir l'un des plus importants cols alpins, à partir du Moyen-Âge et jusqu'au dernier passage de la diligence en 1921.

Ordre de travail n° 2:

Décrivez le commencement des travaux sur le tunnel ferroviaire du Gothard en 1872, les difficultés et dangers rencontrés par les ouvriers et la date du premier passage d'un train.

Les voies commerciales

Documents de travail



Devoir n° 2: Fais des recherches sur Internet et représente les résultats obtenus sur une affiche ou un paperboard.

Les voies commerciales aujourd'hui

Le tunnel de base du Gothard a été ouvert en décembre 2016. Il permet aux trains de marchandises de transporter chaque année un cargo de plus 40 millions de tonnes à travers le tunnel le plus profond du monde. La capacité de l'axe nord-sud a ainsi doublé d'un seul coup et les 57 kilomètres sous le massif sont devenus l'artère de transport centrale du secteur routier européen.

Sur Internet, recherche des informations sur les places et voies commerciales d'aujourd'hui, ainsi que sur les flux de marchandises. Le site Web de l'AGEFI www.agefi.com t'aidera.



Photos: www.pixabay.com et www.sbbcargo.ch

Les voies commerciales

Solution



Réponses possibles pour l'ordre de travail n° 1

- A partir du XIII^e siècle, plusieurs milliers de personnes traversaient chaque année le col qui était un sentier de muletiers un peu élargi.
- Dès le XV^e siècle, le sommet du col possédait une chapelle et une auberge toute simple: l'hospice des prochains siècles. Le trafic postal était très actif.
- Au XVII^e siècle, des fréquences record pour le commerce sont enregistrés pour le passage par le col.
- Les diligences y circulent à partir du XVIII^e siècle.
- La route du col est élargie et améliorée au cours du XIX^e siècle. Voyager devient plus sûr et plus confortable.
- A partir de l'ouverture du tunnel ferroviaire en 1882, le col perd successivement de son importance.
- Début du XX^e siècle, les premières automobiles circulent déjà sur le col.
- 1921 marque la fin du transport en diligence.

Réponses possibles pour l'ordre de travail n° 2

- C'est en 1852 que Gottlieb Koller envisage de construire un tunnel ferroviaire.
- Le projet est élaboré jusqu'en 1871 et son financement international est mis sur pied. Un an plus tard, la construction commence.
- Les constructeurs doivent faire face à plusieurs difficultés. La quantité d'explosifs requise est si élevée qu'il faut construire une usine dédiée à leur production. L'aération du tunnel est faible, l'hébergement des ouvriers catastrophique et grand nombre d'entre eux tombent malades ou meurent pendant les travaux dans le tunnel.
- En 1875, les ouvriers protestent et demandent une augmentation salariale.
- La percée s'effectue en 1880 et le premier train traverse le tunnel du Gothard deux ans plus tard. Le trajet dure environ 20 minutes.

Source: www.srf.ch

Les foires

Information aux enseignants



Ordre de travail	Les foires existent depuis longtemps. Après avoir lu le texte à titre d'introduction, les élèves réfléchissent s'ils connaissent des foires et rassemblent les informations essentielles de celles qu'ils connaissent.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves apprennent l'origine et le contexte des foires.• Ils connaissent diverses foires commerciales en Suisse.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Feuille d'informations
Forme sociale	TI
Durée	30 min

Informations supplémentaires:

- Visitez une foire dans votre région avec la classe. La féodalité



Qu'est-ce qu'une foire?

La foire (aussi appelée «salon») est une manifestation à durée limitée qui a lieu à intervalles réguliers. Elle permet aux exposants de présenter, d'expliquer et aussi de vendre des marchandises et des prestations de services. Les visiteurs peuvent comparer les offres des différents fournisseurs et se faire une idée de la situation du marché. Les entreprises exposantes veulent acquérir ou soigner leurs contacts clients, augmenter leur notoriété et échanger des informations.

Les foires existent depuis longtemps. Jadis, elles étaient souvent liées aux fêtes religieuses, ce qui garantissait un grand nombre de visiteurs.

Plus tard, les foires sont devenues une rencontre pour le commerce international et ont donc été organisées à des endroits particulièrement favorables du point de vue géographique.

Les foires avaient aussi une importance spéciale pour la pratique commerciale, car elles servaient d'échéance pour les crédits, entre autres pour les lettres de change. Au XVI^e siècle, la lettre de change était un effet commercial important qui ressemblait à un chèque moderne.



La tradition d'organiser des foires au printemps et en automne se poursuit jusqu'à nos jours dans certains cas, mais elle est maintenant attribuable au rythme d'innovation de l'économie.

Installés aux foires, des centres religieux ou salles de méditation qui proposent entre autres des tapis de prière font revivre l'origine religieuse de ces manifestations.

Parmi le grand nombre de foires réalisées en Suisse, la ville de Bâle est considérée comme la capitale de la foire. «Baselworld» et «Art Basel» se sont établis comme les salons les plus prestigieux du monde, l'un pour les montres et bijoux, l'autre pour l'art moderne et contemporain.



Les foires

Documents de travail



Devoir: Quelles foires connais-tu? Note les informations trouvées en suivant l'exemple fourni.

Nom et durée de la foire	Informations
 10 jours	La BEA est un salon suisse dédié à l'artisanat, à l'agriculture et à l'industrie qui se déroule chaque année au printemps. En nombre de visiteurs, il s'agit de l'un des principaux salons grand public de Suisse.

Commerce et économie

Information aux enseignants



Ordre de travail	<p>Dans le cadre d'un puzzle de groupe, les élèves apprennent et transmettent la terminologie et les processus commerciaux et économiques:</p> <ul style="list-style-type: none">• Formez quatre groupes d'experts; attribuez un thème à chaque groupe (nombre de copies = nombre de membres du groupe). Les élèves lisent et traitent le thème en groupe.• Une fois le sujet traité, les groupes sont reconstitués de sorte à comporter au moins un membre de chaque ancien groupe.• Les experts expliquent ensuite leur sujet aux autres membres du nouveau groupe.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves connaissent les termes et processus économiques essentiels. En groupe, ils apprennent à recevoir et à transmettre des informations, tant dans le rôle de membres que dans celui d'experts.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Fiches thématiques• Lexique, dictionnaire, Internet
Forme sociale	Puzzle de groupe
Durée	45 min

Informations supplémentaires:

- Des offres de haut niveau sont également disponibles sur ce site: www.iconomix.ch.
- Vous trouverez ici des instructions pour un puzzle de groupe:
https://editionslep.ch/contenu-additionnel/demain-en-main/documents/5_13_06.pdf



Devoir n° 1: Lisez le texte et servez-vous du dictionnaire, du lexique ou d'Internet pour essayer de comprendre la terminologie.

La production

Des **matières brutes** sont exploitées sur toute la planète. En font partie tous les métaux, mais aussi les minéraux et le pétrole. On les utilise pour en faire des objets avec des propriétés tout à fait nouvelles. En faisant attention, nous nous apercevons que beaucoup de nos objets quotidiens sont fabriqués à partir de matières synthétiques qui n'existent pas sous cette forme dans la nature. Ces matières plastiques sont souvent produites à partir du pétrole, une matière brute qui doit d'abord être raffinée, c'est-à-dire nettoyée, puis affinée.



Les **méthodes de production** s'améliorent sans cesse. De nouvelles inventions, telles que la chaîne de montage ou le robot, ainsi que des appareils et machines propulsés à l'électricité ou motorisés nous évitent de faire usage de nos muscles. Elles nous permettent de produire de plus grandes quantités plus vite et à moins de frais de personnel. De grandes ou petites **usines** ont remplacé les ateliers de manufacture du passé.

Un grand nombre de fabricants (**producteurs**) font élaborer leurs produits dans des pays moins riches. Le salaire qu'ils doivent payer aux ouvriers est inférieur. Un salaire horaire d'un dollar US ou moins permet de nourrir une famille entière dans des pays plus pauvres.

Il reste des ateliers de manufacture qui produisent un certain nombre d'articles à la main. Cependant, la plupart des artisans dépend de produits qui ont déjà été affinés avant de pouvoir les transformer. Un forgeron, par exemple, n'exploite pas lui-même les métaux dont il a besoin, mais se les procure sous forme raffinée.

L'**agriculture** produit les denrées alimentaires. Les **procédures de travail** sont là aussi **rationalisées**: d'une part, il faut moins de personnel, et d'autre part, les surfaces cultivées et donc aussi les



récoltes sont plus grandes. Il en va de même pour l'élevage. De grandes étables permettent d'héberger beaucoup de bêtes. Le fourrage distribué par ordinateur garantit que chacune d'elles est correctement nourrie. En Suisse, seulement 4% des travailleurs sont encore actifs dans l'agriculture. Il y a cent ans, presque chaque famille avait une petite ferme, même si beaucoup de gens travaillaient déjà dans des usines ou d'autres entreprises.

Commerce et économie

Documents de travail



Les océans nous fournissent également des denrées alimentaires. De grands navires pêchent à la drague pour que nous puissions déguster du saumon sur notre pain grillé.

La **production d'énergie** joue elle aussi un rôle important pour notre vie quotidienne. Les centrales nucléaires et hydrauliques génèrent le courant électrique dont nous avons besoin pour le travail, les loisirs et le ménage.

Il existe aujourd'hui plusieurs organisations humanitaires et environnementales qui s'investissent pour stopper la croissance ininterrompue de la production. Pour ménager l'environnement, il faudrait faire un usage parcimonieux d'engrais. Il faut augmenter la surface totale de paysages naturels pour que les animaux indigènes puissent trouver des abris et sites de reproduction. Au lieu d'exploiter le Tiers-Monde, nous devrions miser davantage sur le travail manuel que sur des machines et créer ainsi de nouveaux emplois.





Devoir n° 2: Lisez le texte et servez-vous du dictionnaire, du lexique ou d'Internet pour essayer de comprendre la terminologie.

Le transport

Nous mangeons du maïs du Mexique, conduisons une voiture alimentée par l'essence d'Arabie, téléphonons avec un portable produit au Japon et buvons de la limonade provenant des Etats-Unis. Comme nous ne disposons pas de toutes les matières brutes nécessaires, nous devons acheter beaucoup de choses à l'étranger: c'est **l'importation de marchandises**. La Suisse est un pays **importateur/exportateur** typique. Nous achetons les matières premières telles que l'or ou le pétrole à l'étranger. Ensuite, les matières brutes sont affinées chez nous, par exemple transformées en montres. Ces produits sont ensuite exportés à l'étranger, car le **débouché** suisse n'est pas suffisant.



De nos jours, nous achetons aussi des produits de l'étranger que nous pourrions fabriquer en Suisse. Une grande partie de nos denrées alimentaires provient d'autres pays. Ceci est notamment dû au fait que **la production coûte moins cher à l'étranger**. La différence des coûts entre un pays d'Extrême-Orient comme la Chine et la Suisse est tellement grande que les longues distances de transport restent rentables. Ainsi, une entreprise suisse peut avoir son siège et sa direction dans notre pays. Elle achète la matière

première «A» en Amérique du Sud. Cette matière première est acheminée en Chine par cargo et par avion. Le produit «B» est ensuite fabriqué en Chine, puis transporté en Suisse par avion. Ici, des spécialistes doivent encore rajouter une petite pièce au produit «B» à l'aide d'une technologie informatique et robotique complexe. Le produit «B» se transforme ainsi en produit fini «C». Chargé sur de gros camions, le produit «C» voyage en Italie où il est emballé et étiqueté par une grande entreprise de conditionnement. Les chemins de fer et des camions le livrent ensuite aux grands magasins à travers toute l'Europe, donc aussi en Suisse.

Commerce et économie

Documents de travail



Un grand magasin en Suisse commande 10 000 unités du produit «C». Un camion livre ces unités à la centrale logistique du grand magasin. Là, elles sont stockées et distribuées aux **succursales** du magasin.



Les grands magasins et entreprises n'ont pas tous leur propre **flotte de transport**. C'est pourquoi il existe des secteurs d'affaires entiers spécialisés en logistique, soit le transport de marchandises. Diverses entreprises possèdent des camions dans toute la Suisse ou à travers l'Europe, que l'on peut louer pour un mandat de transport, y compris le chauffeur.

Mais les transporteurs par avion et par bateau effectuent eux aussi des transports.

A la frontière suisse, une partie des biens rangés dans des conteneurs est transférée du camion au train. De l'autre côté, un nouveau camion reprend les conteneurs pour poursuivre le transport. Le produit peut aussi être livré directement au client à domicile par camionnette en cas de besoin. Si nous passons une commande, assis à l'ordinateur chez nous, le produit a souvent parcouru un trajet énorme avant de nous parvenir, soit par la poste, soit par un service de livraison express. Les milieux écologistes exigent un parcours de transport aussi petit que possible afin de consommer un minimum de carburant et donc de réduire l'impact sur l'environnement.

L'argent et les titres ne sont pratiquement plus transportés aujourd'hui. Ils changent de main uniquement sur le papier ou plutôt par ordinateur. C'est possible parce que tout le monde économique est interconnecté sur **Internet**.





Devoir n° 3: Lisez le texte et servez-vous du dictionnaire, du lexique ou d'Internet pour essayer de comprendre la terminologie.

Rien ne va plus sans argent... ou bien si?

Si nous possédons une certaine somme sur un **compte bancaire ou postal**, nous pouvons payer sans argent liquide. Moyennant une carte de crédit ou par un ordre de paiement, nous indiquons à la banque à qui elle doit virer le montant dû. Celui-ci est déduit de notre compte bancaire et porté au crédit du créancier, soit de celui auquel nous devons l'argent. Voici la facture payée sans que quiconque n'ait dû prendre du liquide en main. On appelle ce procédé le **trafic des paiements sans numéraire**.



En laissant notre argent dans notre compte pendant plus longtemps, nous obtenons des **intérêts**. C'est dû au fait que la banque peut utiliser notre argent pour le prêter à d'autres personnes ou aux entreprises. Lorsque celles-ci remboursent la banque, elles doivent payer un supplément, une sorte de loyer pour l'argent emprunté: les intérêts. Ces intérêts sont plus élevés que ceux que nous touchons. Ainsi, nous gagnons une petite somme et la banque génère du revenu.

Lorsqu'un grand nombre d'entreprises souhaite faire des emprunts, la **demande** est élevée. Le prix du «loyer» augmente et nous bénéficions d'intérêts plus élevés pour l'argent déposé. Si personne ne souhaite emprunter de l'argent, la demande est faible et la banque doit réduire son taux d'intérêt («loyer») pour les emprunts; les intérêts diminuent pour nous aussi.

On appelle ce système un marché. Il se compose d'une offre et d'une demande. Un marché qui ne concerne pas un produit, mais de l'argent s'appelle un **marché monétaire**.

Si l'argent en question se compose de devises étrangères, par exemple d'euros, on parle d'un **marché des devises (ou marché des changes)**. Nous voulons partir en vacances en Italie et avons besoin d'euros. Nous pouvons les acheter dans une banque. Si beaucoup de personnes souhaitent acheter des euros, la demande est forte et le prix de l'euro augmente. Si peu de gens veulent acheter des euros, la demande est faible et le prix diminue. Cependant, d'autres facteurs ont une influence sur ce mécanisme. Si une guerre éclatait en Europe, par exemple, la valeur de l'euro baisserait en conséquence. Car durant une guerre, les entreprises commerciales, usines, banques et dépôts bancaires risquent d'être détruits ou pillés. Si l'impression de billets de banque se poursuit malgré tout, l'argent ne possède aucune contrevaletur: ce n'est plus que du papier. 500 grammes de pain pourraient soudain coûter 1000 euros. On appelle **inflation** une situation où l'argent perd de plus en plus de sa valeur.

En plus du marché de biens, monétaire et des devises, nous avons aussi le marché des actions ou **marché des titres**. Nous pouvons acheter un titre pour un montant déterminé. Le document prouve

Commerce et économie

Documents de travail



que nous sommes maintenant copropriétaires d'une entreprise ou d'une société. Si les affaires vont bien et que l'entreprise dont je possède une action réalise un bénéfice important, l'action augmente aussi en valeur. Je peux la revendre à un prix plus élevé. Le marché d'actions s'appelle aussi la **bourse**. Tous les jours, des milliers d'actions sont vendues et achetées en bourse, par ordinateur et par téléphone. D'une part, ce sont l'offre et la demande qui déterminent le prix. Cependant, d'autres facteurs l'influencent également. L'activité en question réalise-t-elle des bénéfices ou affiche-t-elle des pertes? Qu'en est-il de la situation politique dans le pays concerné, risque-t-il une guerre ou une catastrophe naturelle? Quelle est l'évolution générale du marché monétaire et des devises?

On appelle **boursiers** ou **spéculateurs** les personnes qui se posent sans cesse ces questions et achètent et revendent des actions. Avec un peu de chance, ils peuvent obtenir plusieurs millions d'un coup, mais dans le cas contraire, ils peuvent perdre leur fortune tout aussi vite.





Devoir n° 4: Lisez le texte et servez-vous du dictionnaire, du lexique ou d'Internet pour essayer de comprendre la terminologie.

Le grand magasin, une entreprise commerciale

Pour réussir en créant un grand magasin, on commence par avoir une **idée commerciale**. On décide soit de proposer des biens qu'on n'obtient nulle part ailleurs. Ou alors on opte pour des produits particulièrement bon marché. Dans notre exemple, un entrepreneur achète, dans les années 1970, des marchandises provenant d'un magasin détruit par des intempéries. Les marchandises sont en parfait état, mais elles sont vendues à prix réduit. Il vend ces biens aux clients et appelle son magasin «Schadenposten», donc «Lots sinistrés». Au fur et à mesure, il élargit son **assortiment** et propose un nombre croissant de produits.

Le magasin de «lots sinistrés» se transforme en grand magasin. Les affaires vont bien et plusieurs nouveaux magasins, des **succursales**, sont ouvertes à travers tout le pays.

Pour pouvoir stocker les produits qu'il achète dans le pays et à l'étranger, l'entrepreneur doit maintenant construire un **dépôt central**. Des camions partent de l'entrepôt pour distribuer les produits dans toutes les succursales du pays.

L'entrepreneur ne peut pas diriger lui seul une si grande entreprise commerciale. Chaque succursale est menée par un **gérant de filiale**. Des **cadres commerciaux** et des **secrétaires** travaillent dans les bureaux, des **vendeuses** et **caissières** sont employées dans les magasins. Le transport et



le stockage des marchandises requièrent le travail de **chauffeurs**, de **transporteurs** et de **magasiniers**. La direction d'entreprise occupe des **comptables**, **économistes** et **juristes** qui contrôlent l'exploitation toute entière et développent des plans et stratégies pour l'avenir.

Au bout de plus de 30 ans, la chaîne de magasins compte plus de 1600 employés. Pour garantir la compétitivité du grand magasin, il faut que les employés suivent des formations continues. Ils doivent travailler avec autant d'efficacité que possible, car leurs salaires représentent des dépenses importantes pour l'entreprise.



Parmi les postes de dépenses figure aussi **l'acquisition de produits**. L'entreprise doit prendre en compte quels produits sont susceptibles d'être achetés par la clientèle et quel prix celle-ci veut bien payer. Elle doit aussi se comparer régulièrement avec d'autres chaînes de grands magasins. Il ne faut pas qu'elle propose les produits à prix trop élevé, car les clients iraient les acheter moins cher ailleurs. De l'autre côté, elle ne fera aucun bénéfice si ses prix sont trop avantageux, et elle risque ainsi la faillite.

Plusieurs autres facteurs sont tout aussi importants pour une entreprise moderne:

- **Le profil de l'entreprise et la publicité:** quelle image l'entreprise présente-t-elle vers l'extérieur? Selon quels principes et préceptes agit-elle? Quelle est son attitude face aux enjeux écologiques? Comment attire-t-elle l'attention des clients par la publicité? En quoi se distingue-t-elle des autres grands magasins?
- **Le développement et la vision de l'entreprise:** comment l'entreprise a-t-elle été créée, quelle est son histoire? Quelle est sa vision d'avenir? Dans quoi investira-t-elle son argent?
- **Les technologies:** l'évolution de l'informatique permet de scanner les produits à la caisse plutôt que de taper leur prix à la main. Grâce à Internet, les clients peuvent aussi faire leurs achats confortablement depuis chez eux.

Calcul des pourcentages

Information aux enseignants



Ordre de travail	Interlude: les élèves résolvent des problèmes de calcul des pourcentages.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves répètent le calcul des pourcentages.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Feuille de calcul
Forme sociale	TI
Durée	15 min

Calcul des pourcentages

Documents de travail



Les pourcentages

Peu de problèmes mathématiques sont plus proches de la réalité que les pourcentages. En effet, ils définissent notre quotidien, que nous aimions les maths ou non. Ils sont affichés aux rayons dans tous les magasins ou imprimés dans les médias pour décrire des résultats ou des statistiques. Et un jour ou l'autre, nous entrerons tous en contact avec les intérêts (et donc aussi les pourcentages), les actions, les fonds et/ou le leasing.

Le calcul des pourcentages apparaît notamment dans les contextes/situations réels suivants:

- Achats/shopping (soldes, prix spéciaux, promotions, etc.)
- Rabais
- Statistiques et graphiques
- Les millièmes, par ex. dans la circulation routière (taux d'alcoolémie)
- Banque/trafic monétaire (comptes bancaires avec intérêts, placements, devises, bourse, etc.)
- Taxe sur la valeur ajoutée TVA/impôt anticipé
- Assurances
- Pentes et déclivités (dans la nature, au village, en route, lors du Tour de Suisse, etc.)
- Chiffre d'affaires, bénéfices et pertes d'associations, d'entreprises, etc.

Source: andiraez.ch



Calcul des pourcentages

Documents de travail



1. Le vendeur te donne 20%. Explique ce que cela signifie.

2. Calcule:

13% de 1280

52% de 4490

75% de 1970

Quel chiffre est de 2% plus grand que 3600?

3. Calcule:

150 est combien en % de 2000?

60 est combien en % de 240?

350 est combien en % de 450?

4. Un kilo de fraises coûte 5.50 francs. En achetant 4 kilos, tu obtiens un rabais de 20%.

5. Complète le tableau.

Ancien prix	Nouveau prix	Réduction en Fr.	Réduction en %
45 000	36 900		
109	79		
425		75	
2450		190	
21 150			25%
179.90			30%

Calcul des pourcentages

Solution



1. Le vendeur te donne 20%. Explique ce que cela signifie.

Je paie 1/5 de moins.

2. Calcule:

13% de 1280 166,4

52% de 4490 2334,8

75% de 1970 1477,5

Quel chiffre est de 2% plus grand que 3600? 3672

Calcule:

150 est combien en % de 2000? 7,5%

60 est combien en % de 240? 25%

350 est combien en % de 450? 77,8%

3. Un kilo de fraises coûte 5.50 francs. En achetant 4 kilos, tu obtiens un rabais de 20%.

Fr. 14.40

4. Complète le tableau.

Ancien prix	Nouveau prix	Réduction en Fr.	Réduction en %
45 000	36 900	8100	18%
109	79	30	27,5%
425	350	75	17,6%
2450	2260	190	7,8%
21 150	15862.50	5287.50	25%
179.90	125.93	53.97	30%

La chaîne de valeur

Information aux enseignants



Ordre de travail	Les élèves obtiennent un aperçu simple de la chaîne de valeur et en cherchent des exemples.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves apprennent ce qu'est une chaîne de valeur.• Ils savent expliquer une chaîne de valeur suivant un exemple choisi.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Fiches de travail
Forme sociale	TI
Durée	30 min

Informations supplémentaires:

- Demandez aux élèves de créer leur propre exemple de chaîne de valeur (selon la page 4: comment se déroule la création de valeur?).

La chaîne de valeur

Documents de travail



La chaîne de valeur

Les commerces suisses achètent et vendent quotidiennement les marchandises les plus diverses. On ne pense que rarement au long itinéraire qu'un article a parcouru jusqu'à prendre sa place dans le rayon du magasin de détail, prêt pour l'achat.



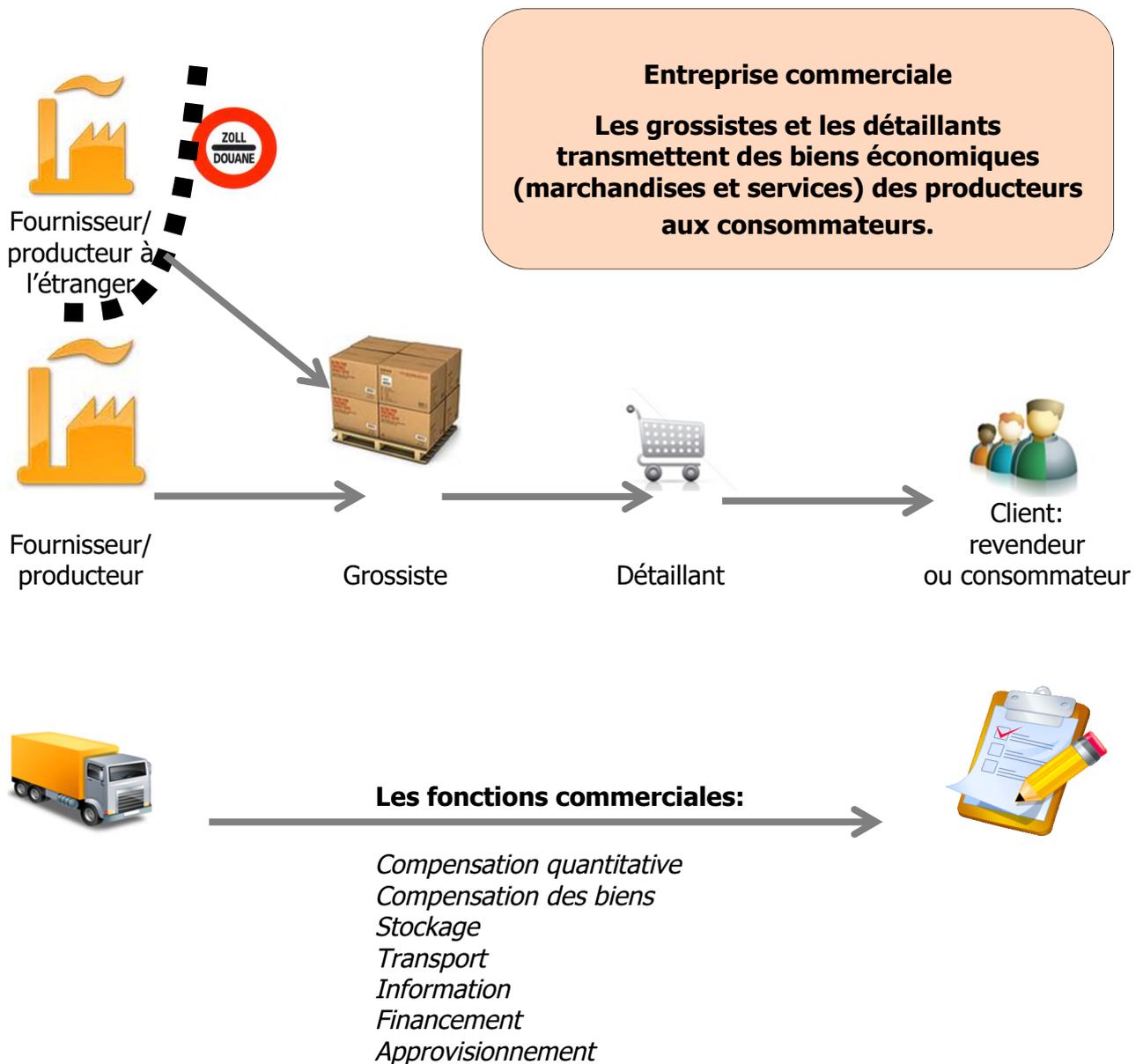
La plupart des produits passent par plusieurs étapes entre la fabrication et la vente: un vêtement est fabriqué à partir de la matière première, par exemple du coton égyptien, durant plusieurs étapes par des producteurs dans des usines nationales ou internationales (par ex. en Italie). A l'occasion d'une foire, un grossiste suisse commande une grande quantité de ces vêtements, les importe en Suisse et les stocke dans son dépôt central. Dans son infolettre hebdomadaire à ses clients, il décrit la marchandise et plusieurs boutiques lui commandent certaines pièces. Elles les exposent dans leurs locaux où la clientèle les essaie avant de les acheter.

La chaîne de valeur

Documents de travail



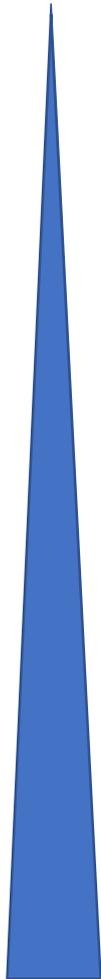
Le graphique visualise le parcours de la marchandise du producteur au consommateur. On appelle ce parcours **chaîne de valeur** (ou chaîne commerciale). Les diverses entreprises liées dans une chaîne (de création) de valeur peuvent avoir des relations différentes entre elles.





Comment se déroule la création de valeur?

Pommes de terre en semence



Le paysan sème les pommes de terre et les récolte à maturité.



Le grossiste achète les pommes de terre produites par divers paysans et les stocke de manière appropriée.



Le détaillant acquiert des pommes de terre auprès du grossiste et les conditionne dans des sachets pratiques d'un kilogramme.



Le consommateur achète les pommes de terre et les transforme en savoureux repas.

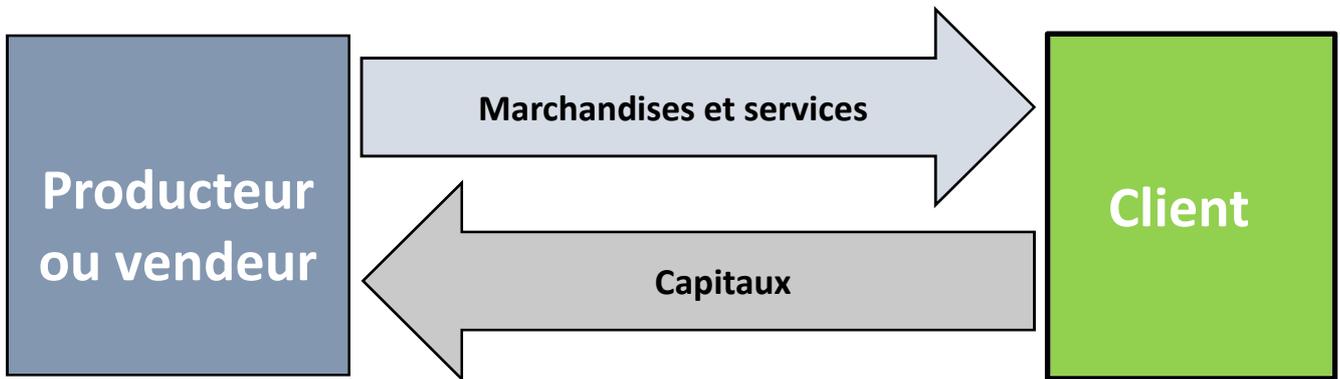




Flux de marchandises, flux de capitaux

Il y a deux flux au sein d'une chaîne de valeur, soit

- le flux de marchandises et de services du producteur ou du vendeur vers le client
- et
- le flux de capitaux (d'argent) du client vers le producteur ou le vendeur.



Devoir:

Explique le terme de «chaîne de valeur» en utilisant tes propres mots et en décrivant au moins un exemple supplémentaire.

La chaîne de valeur

Solution



Une chaîne se compose de plusieurs maillons. Ainsi, un produit est créé en plusieurs étapes individuelles. Ces étapes forment un ensemble consécutif ressemblant à une chaîne. Chaque étape ajoute de la valeur au produit en cours de réalisation. Souvent, plusieurs entreprises contribuent à la fabrication d'un produit tout au long de la chaîne de création de valeur: à commencer par l'extraction de la matière brute jusqu'à la vente au consommateur final.

Exemple:

Des arbres sont abattus dans la forêt. Les troncs sont découpés en planches, celles-ci sont utilisées pour fabriquer des meubles. Les meubles sont ensuite livrés à un commerçant (par ex. IKEA) pour être enfin vendus aux consommateurs.

Source: srf

Les types de commerces

Information aux enseignants



Ordre de travail	<ul style="list-style-type: none">Les élèves s'informent sur les différentes formes d'entreprises. Dans un travail de groupe et une discussion plénière consécutive, ils comparent les diverses formes et représentants des détaillants.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">Les élèves savent distinguer diverses formes de commerces de détail.Ils connaissent la différence entre les grossistes et les détaillants.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">Matériel de travail
Forme sociale	TI, TG, classe entière
Durée	45 min

Informations supplémentaires:

- Déroulement recommandé:
 - Les élèves lisent d'abord le texte «Formes d'exploitations».
 - Ensuite, vous divisez la classe en groupe de 2 ou de 3 élèves. Distribuez les «Types de détaillants» (découpés au préalable) équitablement aux groupes. Ceux-ci sont maintenant appelés à chercher des exemples qu'ils connaissent.
 - Discutez les exemples avec la classe entière, avec ou sans les informations de fond.
 - Enfin, les élèves se consacrent au devoir no 1



Types de détaillants (à découper au préalable)

Magasin spécialisé
Magasin spécialiste
Boutique
Grand magasin
Shop in the shop
Supermarché
Discounter
Grande surface (hypermarché)
Marché spécialisé



Centre commercial

**Kiosque et magasin de commodité
(shops de stations-service)**

Magasin d'usine (factory outlet)

Vente par correspondance



Les types de commerces de détail (informations de fond)

Magasin spécialisé

Les **magasins spécialisés** sont des commerces de détail qui proposent des biens d'un certain secteur ou destinés à un certain groupe de consommateurs. Les magasins spécialistes proposent un segment particulier au sein de l'offre spécialisée.

Les deux types de magasins spécialisés se ressemblent certes, mais leur assortiment diffère. Le magasin spécialisé a un assortiment étroit mais profond, c'est-à-dire un grand choix de marchandises d'un secteur bien défini (par ex. magasin de sport). Le **magasin spécialiste** se concentre sur un extrait de ce secteur (par ex. magasin de vélo).

Grâce à leur personnel bien formé et à une grande palette de services, les magasins spécialisés et spécialistes sont capables de répondre aux besoins individuels de leur clientèle. C'est particulièrement important dans le domaine des produits de grande qualité et chers qui exigent un service de conseil compétent.

La **boutique** est une forme particulière de magasin spécialisé. Elle est axée sur un nombre restreint d'articles appartenant à un segment (textiles, bijoux, souliers, articles en cuir, articles de ménage) qui s'adressent à un cercle déterminé de clients. Certaines boutiques sont entièrement dédiées à une jeune clientèle. D'autres essaient d'attirer les clients disposant d'un grand pouvoir d'achat, en proposant des pièces uniques exclusives et en réalisant un agencement luxueux du local de vente.

Grand magasin

Les grands magasins sont les grandes entreprises du commerce de détail. Ils offrent des articles de nombreux secteurs (mode, parfums, articles de papeterie, de ménage, audiovisuel, etc., ainsi que les denrées alimentaires et de luxe).

L'assortiment offert par un **grand magasin** est très vaste, si bien que les clients peuvent acheter presque tout ce dont ils ont besoin sur une seule surface. Dans certains segments, beaucoup de grands magasins ont des assortiments aussi profonds qu'un magasin spécialisé.

Au cours des années passées, les assortiments des grands magasins se sont nettement élargis. En raison du manque de place et des loyers très coûteux dans les centres-villes, certains segments ont été transférés et sont maintenant proposés dans des locaux plus à l'écart (par ex. les meubles).

Les types de commerces

Documents de travail



Shop in the shop

Les grands magasins et certains hypermarchés louent une partie de leur surface de vente à d'autres commerces. Ces «**shops in the shop**» sont tellement bien intégrés dans le local de vente que les deux semblent être une unité aux yeux du client. Cette solution profite aux deux partenaires. Le bailleur cherche des locataires attractifs qui complètent parfaitement son offre. De plus, il n'est pas obligé de gérer le groupe d'articles lui-même et n'en assume pas les risques de vente. Quant au locataire, il profite d'un local bien fréquenté. Il verse un loyer et/ou un pourcentage de son chiffre d'affaires au bailleur.

Supermarché

Les supermarchés sont des entreprises du commerce de détail qui proposent des denrées alimentaires et de luxe de tout type, ainsi que certains produits non alimentaires en complément. Le **supermarché** pourvoit aux besoins des habitants dans un rayon d'un kilomètre environ, en leur offrant des denrées alimentaires et de luxe, ainsi que d'autres biens d'usage courant. Les supermarchés sont très souvent situés au centre de quartiers résidentiels très peuplés ou dans des centres-villes. En Suisse, ce sont les supermarchés qui réalisent la plus grande part du chiffre d'affaires en denrées alimentaires.

Les **discounters** représentent une sous-catégorie de supermarchés. Ils se distinguent par un assortiment relativement étroit et plat, une présentation simple des produits et des prix de vente extrêmement avantageux. Leur réussite se base sur la politique de bas prix qui est possible grâce aux économies rigoureuses des coûts de tous les processus et facteurs de gestion, grâce aux marques propres de grande qualité et à une rotation des stocks rapide d'un assortiment restreint. Au cours des années passées, l'entrée au marché de discounters étrangers (Aldi, Lidl) a mis en branle les gérants de supermarchés existants.

Grande surface (hypermarché)

Les **hypermarchés** sont des détaillants qui proposent un assortiment similaire à celui des grands magasins, mais sur une vaste surface de vente (à partir de 4000 m²). L'étendue et la profondeur de leur assortiment ressemblent à celles du grand magasin. Ils disposent de plusieurs départements non alimentaires (par ex. textiles, ménage, papeterie) et d'un très grand département alimentaire et de produits de luxe.

Les types de commerces

Documents de travail



Marché spécialisé

Les marchés spécialisés sont des grandes surfaces du commerce de détail qui offrent des produits de tout un groupe de besoins dans un local de vente agencé de manière dépouillée et claire.

Le client attend non seulement un grand choix d'articles, mais il veut souvent aussi acheter des produits d'un groupe de besoins entier, comme par exemple le jardinage, le bricolage, le mobilier, l'électroménager, les sports et loisirs, etc. Par son offre, le marché spécialisé essaie de tirer parti de cette nouvelle demande.

Les marchés spécialisés adoptent une politique publicitaire intense, car leur site se trouve loin des centres commerciaux. Ils attirent les clients avec des offres spéciales et des prix très souvent inférieurs à ceux d'un magasin spécialisé. Dans le local de vente, les énormes quantités d'articles motivent les clients à l'achat (poids visuel de la marchandise).

Les marchés spécialisés sont souvent situés à proximité des hypermarchés et centres commerciaux. Ce site augmente leur attrait: les clients peuvent ainsi se déplacer entre le **marché spécialisé**, l'hypermarché et le centre commercial sans effort et couvrir la majorité de leurs besoins en biens de consommation. Il existe aujourd'hui des marchés spécialisés dans plusieurs segments (jardinage, mobilier, électronique/électroménager).

Centre commercial

Le centre commercial réunit sous son toit un grand nombre de commerces de détail et d'autres prestataires de services. Construit comme une unité, il est géré et commercialisé de manière centralisée.

Le **centre commercial** est comparable à un centre-ville avec ses magasins et prestataires de services. Grâce à son offre diversifiée de produits et de services, il constitue une alternative à la ville pour la clientèle.

Les centres commerciaux peuvent fournir, à chacun de leurs clients, la plupart des biens de consommation et satisfaire les besoins à court et à long terme, ainsi que les prestations de services.

Kiosque et magasin de commodité (shop de station-service)

Les **kiosques et magasins de commodité** sont des petits commerces de détail qui proposent certains groupes de produits et de services à des endroits très fréquentés.

Outre une grande palette de produits de presse (médiés imprimés) et de biens de consommation de luxe, leur gamme inclut aussi des denrées alimentaires et des articles non alimentaires, sous une forme satisfaisant aux besoins d'une clientèle pressée (articles de commodité).

Leurs sites, par ex. aux gares et stations-service, permettent aux kiosques et magasins de commodité de profiter d'horaires d'ouverture étendus. Aux heures marginales en soirée (jusqu'à 22 heures), ils génèrent un excellent chiffre d'affaires, et les magasins de commodité réalisent près de 20 pourcent de leurs ventes le dimanche.

Les types de commerces

Documents de travail



Magasin d'usine (factory outlet)

Dans des locaux à grande surface et au caractère d'usine, les **magasins d'usine** (= factory outlet) offrent des produits de marques internationales connues à des prix réduits. Pour la plupart, il s'agit de modèles d'avant-saison, d'excédents ou de modèles discontinués ou d'articles possédant des défauts minimes. Ni l'atmosphère, ni le service de ces magasins d'usine ne sont comparables aux magasins spécialisés.

Afin de ne pas concurrencer les points de vente dans l'espace urbain, les magasins d'usine sont situés loin des centres-villes. Les gérants comptent sur la disposition d'acheteurs amateurs de marques de parcourir des trajets plus longs pour acquérir un produit de marque à prix avantageux et donc de faire une bonne affaire.

La vente par correspondance

Les maisons de vente par correspondance (VPC) sont des commerces de détail qui, au lieu de vendre leurs articles dans un magasin ouvert aux clients, les leur envoient sur commande par la poste ou par un service de coursier.

Aucune autre forme de commerce n'a connu un tel essor durant les dernières années que la vente par correspondance. Ceci est surtout attribuable aux maisons de vente électronique sur Internet. Le shopping en ligne a très vite dépassé en volume la vente par correspondance basée sur les catalogues imprimés. Il est aujourd'hui possible de commander les articles les plus divers sur Internet. Si par le passé, on achetait surtout les vêtements et les produits ménagers, on se fait maintenant envoyer aussi des livres, des appareils électroniques et des denrées alimentaires.

Grâce à l'accès à Internet, les consommateurs peuvent choisir parmi des millions d'articles et se les faire livrer chez eux en très peu de temps. Ceci permet d'atteindre aussi des consommateurs qui n'ont que rarement accès à un grand magasin.

Par ailleurs, l'Internet est aussi une plateforme pour réaliser de nouvelles mesures de marketing et offrir des prestations de services qui permettent une nouvelle croissance aux entreprises: par exemple les ventes aux enchères en ligne (Ricardo, eBay).

Source: Commerce Suisse



Formes d'exploitations

Chaque entreprise commerciale possède certaines particularités distinctes qui la rendent unique. Cependant, les commerces ont aussi des points communs. Si l'on choisit, pour les distinguer, le critère du type de clientèle, on peut faire la différence entre **grossistes** et **détaillants**.

Le commerce de gros assume principalement, au premier échelon, la fonction d'acquisition des biens directement auprès des producteurs et achemine par exemple les matières premières aux usines ou les produits finis aux revendeurs. C'est en provenance des dépôts centraux que les grossistes livrent les produits aux revendeurs et aux commerçants de détail, qui les vendent enfin aux clients, c'est-à-dire aux consommateurs finaux.

Grossiste	Détaillant
	
Les grossistes sont des entreprises qui vendent la marchandise aux revendeurs, distributeurs ou gros clients.	Les détaillants sont des entreprises qui vendent la marchandise au consommateur (client final).

Les types de commerces

Documents de travail



Devoir: Tu as certainement un magasin ou un supermarché favori.

Complète ce questionnaire pour ce magasin. Comparez vos informations en classe.

Nom du magasin:
Catégorie à laquelle il appartient: <input type="checkbox"/> Magasin spécialisé <input type="checkbox"/> Supermarché <input type="checkbox"/> Kiosque / shop de station-service <input type="checkbox"/> Magasin spécifique <input type="checkbox"/> Discounter <input type="checkbox"/> Magasin d'usine <input type="checkbox"/> Boutique <input type="checkbox"/> Hypermarché <input type="checkbox"/> Vente par correspondance <input type="checkbox"/> Grand magasin <input type="checkbox"/> Marché spécialisé <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/> Shop in the shop <input type="checkbox"/> Centre commercial
Quels produits ce magasin offre-t-il?
Qui est le groupe cible de ce magasin?
Y a-t-il des magasins similaires?
Y a-t-il d'autres magasins ou succursales du même nom en Suisse?
Observations supplémentaires:

Profils de métiers

Information aux enseignants



Ordre de travail	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves dressent des portraits de profils de métiers commerciaux.• En faisant des recherches autonomes, les élèves trouvent les informations pertinentes pour les formations professionnelles correspondantes.
Objectif	<ul style="list-style-type: none">• Les élèves recherchent et connaissent des métiers commerciaux.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Ordinateur• Documents sur l'orientation professionnelle
Forme sociale	TI
Durée	30 min

Informations supplémentaires:

- Les élèves interviewent des vendeuses, des commerciaux, des caissières et d'autres employés d'un grand magasin local.
- A partir des profils de métiers, les élèves réalisent une exposition ou élaborent des exposés. 1

Profils de métiers

Documents de travail



Devoir: En visitant les sites www.berufsberatung.ch et www.yousty.ch, recherche des informations sur les métiers commerciaux et économiques (gestionnaire du commerce de détail, employé de commerce, etc.)

Dresse ensuite un profil du métier.

Nom du métier: _____

Durée de la formation	
Prérequis scolaires	
Points forts exigés	
Langues nécessaires	
Mode de travail	
Perfectionnement et options de carrière	



Questionnaire: interview avec des professionnels

Nom	Sexe
Profession	Société/employeur

1. Pourquoi avez-vous choisi d'apprendre ce métier après la scolarité?

2. Où avez-vous fait votre apprentissage/formation professionnelle, et où avez-vous déjà travaillé?

3. Quels prérequis avez-vous remplis avant de commencer votre apprentissage/formation professionnelle?

4. Quelles conditions importantes faut-il remplir pour ce métier?

5. Durant votre apprentissage, qu'est-ce qui vous a spécialement plu et qu'est-ce que vous n'avez pas aimé du tout?

Profils de métiers

Documents de travail



6. Dans quelles conditions l'apprentissage se déroule-t-il? (durée de la formation, horaires de travail, nombre de jours d'école, salaire d'apprenti)

7. Citez spontanément cinq aspects réjouissants de votre métier.

8. Veuillez énumérer trois aspects négatifs du métier.

9. Après la formation, quel est/a été votre parcours professionnel?

10. Quels conseils donnez-vous à un jeune terminant sa scolarité et souhaitant suivre la même formation?

Remarques complémentaires
