

Examen professionnel d'agent commercial de l'imprimerie avec brevet fédéral (BF)

du 18 mai 2009 (avec adaptations du 27 septembre 2018)

Les directives entrent en vigueur le 1er janvier 2022.

Contenu

A DISPOSITIONS GENERALES

- 1 But de l'examen
- 2 Admission
- 3 Préparation
- 4 Inscription

B NIVEAU D'EXIGENCES / TAXONOMIE

C BRANCHES D'EXAMEN ET EXIGENCES

- 1 Economie d'entreprise
- 2 Technique
- 3 Marketing
- 4 Formation commerciale

D ANNEXES

- 1 Adresses des associations responsables
- 2 Adresse du secrétariat d'examen

A DISPOSITIONS GENERALES

Sur la base du règlement linguistique en cours, dans les nouveaux examens les professions et les titres des professions sont formulés au masculin mais sont valables pour les deux sexes.

Le guide est complémentaire et apporte des explications sur la mise en application des examens d'agent commercial de l'imprimerie avec brevet fédéral BF.

1 But de l'examen

Le candidat doit, par le biais de l'examen professionnel, apporter la preuve qu'il a les compétences requises dans la vente, la gestion de produits d'impression, la technique et l'économie de marché. Le candidat est en mesure aussi bien au sein de la production qu'en service extérieur clientèle, de vendre et de communiquer.

2 Admission

L'admission à l'examen est décrit à l'article 3.3 du règlement d'examen

- 3.31. Est admis à l'examen celui qui:
- a) est titulaire d'un CFC dans une profession de l'industrie graphiques ou d'employée / employé de commerce ou autres, d'une équivalence reconnue par la commission d'examen
 - b) a 2 ans de pratique au moins dans le secteur graphique dont
 - c) a travaillé au moins 1 an dans le domaine technique et de la gestion d'entreprise ou a travaillé 1 an après avoir fini son apprentissage et a bénéficié d'une formation de qualité équivalente.

Le candidat est admis sous réserve du paiement dans les délais de la taxe d'examen selon le ch. 3.41.

- 3.32. Le SEFRI décide de l'équivalence des certificats et des diplômes étrangers.

- 3.33. La décision concernant l'admission à l'examen est communiquée par écrit aux candidats au moins trois mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

3 Préparation

Le candidat qui remplit les conditions mentionnées à l'art. 3.3. du règlement d'examen a suivi un cours classique de préparation à l'examen. Le candidat peut également opter pour une voie tout à fait autodidacte et acquérir ainsi les compétences nécessaires.

De plus amples renseignements sont disponibles auprès du secrétariat pour l'examen ou des bureaux des associations responsables viscom et IGS. Ces adresses figurent en annexe.

4 Inscription à l'examen professionnel

La demande avec les documents nécessaires mentionnés sous ch. 3.2. du règlement d'examen doivent être envoyés au secrétariat pour l'examen. Ladite adresse figure en annexe. En ce qui concerne les années de pratiques exigées, la période jusqu'au début de l'examen peut être comptée. Les délais d'inscription doivent être respectés. La décision d'admission est notifiée par écrit aux candidats. Parallèlement la taxe d'examen mentionnée sous chiff. 3.4. du règlement d'examen doit être réglée. 30 jours au plus tard avant le début des examens, le candidat recevra des informations détaillées sur l'organisation de l'examen et les moyens à disposition.

B NIVEAU D'EXIGENCES / TAXONOMIE

Objectifs généraux

L'examen d'agent commercial de l'imprimerie BF est divisé en cinq objectifs généraux. D'autre part il est démontré la raison pour laquelle ces branches thématiques ont de l'importance.

C BRANCHES D'EXAMEN ET EXIGENCES

L'Article 5 du règlement décrit l'envergure des branches d'examen. Chaque épreuve peut être subdivisée en points d'appréciation. La commission d'examen définit ces subdivisions.

Epreuve	Ecrit	Oral
1 Economie d'entreprise	2 h	½ h
2 Technique	2 h	½ h
3 Marketing	2 h	½ h
4 Connaissance commerciales	2 h	½ h
Total	8 h	2 h

Pondération 1 pour chaque épreuve.

La note globale correspond à la moyenne des 4 épreuves d'examen.

La note globale ne doit pas être inférieure à 4.0, voir ch. 6.41 a du règlement d'examen.

Pas plus de 2 épreuves ne doivent présenter une note inférieure à 4.0, voir ch. 6.41 b du règlement d'examen.

1 Branche économie d'entreprise

Objectif général

Les agents commerciaux de l'imprimerie BF disposent d'une connaissance de base de l'économie d'entreprise. Celle-ci comprend la comptabilité financière et industrielle, décomptes des coûts de revient et des performances, ainsi que les comptes d'investissements.

Objectifs évaluateurs

1.1 Finances et comptabilité

1.1.1 Généralités

- Exposer les structures et éléments de la comptabilité générale ainsi que les liens
- Connaître les principales tâches du service financier et comptable

1.1.2 Comptabilité financière

- Connaissance d'un bilan, d'un compte de résultats et des différents types de comptes
- Expliquer l'élaboration et la structure d'une comptabilité financière sur la base d'un plan comptable
- Connaître le système de bouclage et son utilisation
- Boucler un exercice en fonction des objectifs à atteindre
- Définir la mise en place, la fonction et le but d'une comptabilité analytique
- Expliquer les amortissements et valeur corrective (Comptabilité financière)
- Interpréter les résultats et chiffres clé de la comptabilité financière
- Connaître et expliquer le système de la TVA et les différents taux appliqués

1.1.3 Comptabilité industrielle

- Expliquer la mise en place, la fonction et les objectifs des comptes d'exploitation
- Expliquer la fonction du décompte des coûts et prestations
- Reconnaître les liens et les effets entre les coûts et l'impact de la performance
- Délimiter les amortissements et les ajustements de valeur de la comptabilité financière
- Connaître l'élaboration et l'objectif des calculs de prix de revient

- Calcul par genres de coûts
- Expliquer les genres de coûts et leur saisie
- Distinguer et appliquer les frais simples et les frais généraux
- Procéder aux délimitations par rapport à la comptabilité financière

- Calcul par centres de coûts
- Création en autonome d'un plan de centres des coûts et décrire les différents types de centre de coûts
- Répartition des frais généraux et leur répartition/effectuer des prélèvements

- Calcul par centres de charges
- Expliquer le but de la facturation par centres de charges
- Définir les critères pour la création d'un groupe de centre de charges
- Identifier et évaluer les différents centres de charges

- Décompte d'exploitation
- Connaître les principes du décompte d'exploitation
- Connaître les méthodes de saisie de coûts et prestations
- Etablir et interpréter les coûts de prix de revient par place de travail
- Expliquer les genres de temps et leur saisie

- Créer, interpréter et analyser les comptes d'exploitation d'une entreprise
- Déterminer les heures et la majoration des taux
- Déterminer le résultat par centre de coûts
- Déterminer le résultat de l'exercice et le résultat d'exploitation (Cash Flow)
- Interpréter et identifier les chiffres-clé

1.1.4 Comptabilité industrielle comme base de calculation

- Expliquer les caractéristiques et les liens de la pré et de la post-calculation
- Appliquer et évaluer le schéma de calculs et de contribution de couverture des frais
- Différencier et classer les coûts fixes et variables
- Donner un aperçu des bases et du système de calculation
- Démontrer les différences et les similitudes entre les coûts opérationnels et les performances spécifiques à l'entreprise par rapport au marché
- Connaître et tenir compte de l'importance des coûts spécifiques comme les rabais, les escomptes, les commissions, le transport, etc
- Calculer et présenter une offre de services de prestataire générale

1.1.5 Comptes d'investissements

- Analyser l'acquisition et la gestion des ressources, démarches, influences et liens
- Identifier et évaluer les éléments de calcul de rentabilité
- Calcul du seuil de rentabilité des coûts, calcul du point de rencontre et autres procédés équivalents

2 Branche technique

Objectif général

Les agents commerciaux de l'imprimerie BF disposent de solides connaissances dans la technique de production, leur permettant d'assurer des tâches exigeantes entre l'organisation et la production. Ils sont familiarisés avec les mesures de protection de l'environnement appliquées par l'entreprise. Ils connaissent des procédés de production économiques et écologiques.

Objectifs évaluateurs

2.1 Processus de production

2.1.1 Production en général

- Connaître et décrire les caractéristiques techniques de la production, de la création jusqu'à la livraison
- Déterminer les processus de production optimaux (utilisation des données indépendamment des plateformes, processus de production alternatifs)
- Décrire la mise en réseau des différentes étapes de production
- Informer les clients sur les différentes possibilités techniques de transformation
- Connaître les normes et standards actuels
- Décrire la logistique et la gestion des stocks

2.1.2 Prépresse

- Expliquer les conditions de saisie et de reprises des données
- Définir la sortie des données
- Connaître et évaluer les techniques de production de la forme d'impression en fonction des différents procédés d'impression
- Différencier les techniques d'épreuve et les moyens de contrôle pour l'assurance qualité
- Expliquer des termes comme nouveaux médias, social média et crossmédia
- Connaître les possibilités et opportunités des nouveaux médias et des réseaux sociaux

2.1.3 Impression

- Déterminer et évaluer les procédés d'impression et leurs différents domaines d'application
- Expliquer les techniques de mesures et de réglage, ainsi que les bases de standardisation
- Connaître les conditions optimales pour le traitement postpresse et expliquer l'ennoblissement intégré au processus d'impression

2.1.4 Postpresse

- Connaître les techniques et processus de travail manuels et automatisés
- Expliquer les types de pliages et leurs usages
- Différencier les techniques de reliure et expliquer leur application optimale
- Évaluer et délimiter les différents procédés d'ennoblissement

2.1.5 Logistique

- Décrire et évaluer les différentes possibilités de la logistique

2.2 Moyens de production

2.2.1 Prépresse

- Expliquer les possibilités des différents formats de fichiers textes et d'images ainsi que leur traitement
- Connaître les différents support des données et leur compatibilité
- Evaluer les périphériques de sortie et leur domaines d'application
- Comparer l'utilisation de systèmes d'épreuves analogiques et numériques
- Connaître les appareils de la saisie et de sortie de données images matériels ou immatériels et leurs modes de fonctionnement
- Evaluer la possibilité d'utilisation de données texte et image pour les médias électroniques et définir la notion de crossmédia

2.2.2 Impression

- Reconnaître les possibilités techniques des machines d'impression
- Expliquer les modes de fonctionnement des machines d'impression conventionnelles et numériques
- Etablir les possibilités techniques de production en ligne pour une machine d'impression
- Reconnaître les erreurs de production et les problèmes d'impression
- Expliquer l'assurance et les normes de qualité

2.2.3 Postpresse

- Connaître les possibilités de transformation par le biais des différentes machines
- Evaluer et délimiter les différents systèmes d'adressage

2.2.4 Informatique

- Connaître les principaux logiciels pour les textes, les images et le graphisme

2.3 Matières

2.3.1 Prépresse

- Expliquer l'utilisation des documents analogiques et numériques (textes, photos, graphiques, logos), ainsi que leur utilisation optimale
- Expliquer le processus et la gestion des données
- Déterminer les systèmes de tramage en vue des procédés d'impression et des supports d'impression
- Expliquer le processus de gestion des couleurs

2.3.2 Impression

- Connaître les domaines d'application et les propriétés des encres spéciales
- Juger la qualité, les possibilités d'utilisation et les incidences sur l'environnement des divers supports d'impression
- Connaître et appliquer les bases écologiques et économiques dans le procédé d'impression

2.3.3 Postpresse

- Comparer les avantages et les inconvénients des matériaux d'ennoblissement (effets métallisé, vernis, laminage, etc.)
- Comparer les avantages et les inconvénients des différentes possibilités de reliure (agrafes, couture au fil, colle)

2.3.4 Papier

- Connaître différentes sortes de papier et expliquer leurs avantages et inconvénients dans le processus de l'impression
- Connaître la fabrication du papier et les avantages et inconvénients des différentes matières brutes et auxiliaires
- Connaître et appliquer différents labels de papier (écologiques, techniques)

2.4 Planification de la production

- Nommer les domaines de la planification de la production
- Processus d'organisation conforme aux principes du réseau en place dans l'entreprise
- Indiquer les contenus et objectifs des sous-secteurs de la planification de la production:
 - Planification du personnel
 - Planification des commandes
 - Planification du déroulement du travail
 - Planification des locaux et des places de travail
 - Planification des ressources de production
 - Planification des horaires, gestion des temps, genres de temps, catalogue de performances
 - Planification des besoins matériels
 - Système de management et d'information (MIS)
 - Normes actuelles et standards sous leurs aspects économiques et écologiques

2.5 Gestion de la production

- Etablir, exécuter et commenter les contenus et objectifs des rubriques suivantes:
 - Calcul et fixation des coûts
 - Interactions de la gestion des commandes informatisée pour l'établissement des instructions de production (précalcul, gestion des commandes, planification, surveillance, facturation, postcalcul)
 - Déroulement des commandes
 - Disposition, directives et planification du travail
 - Acquisitions de matériel
 - Démontrer les possibilités de la gestion et du contrôle de la qualité
- Connaître et commenter différentes possibilités de systèmes d'expédition

3 Branche Marketing

Objectif général

Les agents commerciaux de l'imprimerie BF utilisent efficacement les aspects marketing de l'entreprise dans le cadre du marketing. Elles/ils comprennent et expliquent les bases du marketing et de la vente. Elles/ils combinent à la fois les éléments de la planification/conception marketing et les instruments du marketing mix et des ventes en mettant l'accent sur le succès commercial de l'entreprise.

Objectifs évaluateurs

3.1. Base du marketing

- Expliquer les termes de marketing
- Classifier le marketing dans l'entreprise
- Reconnaître les fonctions du marketing
- Présenter les relations de marché

3.2 Concept de marketing

- Énumérer et décrire les éléments du concept de marketing
- Décrire les objectifs et les méthodes de l'étude de marché
- Nommer, expliquer et appliquer les étapes de la procédure d'analyse marketing
- Développer des stratégies de marketing
- Expliquer et appliquer les stratégies de développement du marché (marketing mix)
- Énumérer et expliquer les « P » du marketing mix
- Concevoir les performances de l'entreprise en fonction du marché et adapter les instruments de marketing et de vente en conséquence

3.3 Les outils de marketing

- Décrire et classer les tâches opérationnelles du mix de produits
- Appliquer les tâches opérationnelles du mix de prix
- Nommer et développer les caractéristiques, les tâches, les objectifs et les groupes cibles ainsi que les instruments de communication
- Distinguer les méthodes de distribution
- Justifier les particularités des services

3.4 Communication

- Expliquer et appliquer les effets et les techniques de communication
- Distinguer la communication verbale, non verbale et paraverbale
- Refléter les causes des malentendus
- Appliquer les principes de l'écriture adaptée au groupe cible et à la situation

3.5 Vente

- Analyser et concevoir les relations avec les clients
- Connaître et appliquer les facteurs de la gestion de la relation client
- Identifier les besoins des clients
- Préparer et mener des entretiens de vente
- Connaître et maîtriser les situations critiques dans la vente
- Créer une situation gagnant-gagnant lors de la réunion de négociation
- Concevoir la partie factuelle et promotionnelle d'une offre
- Clarifier les étapes d'un traitement efficace des commandes
- Traiter correctement les réclamations

4 Branche formation commerciale

Objectif général

Les agents commerciaux de l'imprimerie BF disposent de connaissances commerciales. Celle-ci comprend la gestion d'entreprise, l'organisation, le droit commercial, ainsi que des principes du système économique.

Objectifs évaluateurs

4.1 Droit

- Introduction au droit avec une sensibilisation aux notions de droit et de justice: déduire par ses propres moyens le sens et le but d'un ordre juridique et démontrer la nécessité d'une structure hiérarchique
- Expliquer les différentes sources du droit, les principales orientations juridiques ainsi que les principes généraux du droit et ce en tenant compte de ses propres convictions
- Utiliser comme instruments de travail le Droit des Obligations et le Code Civil et les appliquer
- Décrire les caractéristiques élémentaires du droit contractuel, expliquer la définition et l'importance des notions juridiques de base entre le droit privé et le droit public et les comparer; résoudre de simples cas de figure
- Connaître les principes en cours dans la pratique du contrat commercial comme la cession de contrats, la rupture de contrats et les contrats de prestations
- Décrire et interpréter les principes et les principales dispositions de la Convention collective de travail en vigueur
- Inscription au Registre du commerce et raison juridique de l'entreprise selon le droit en vigueur: distinguer les différentes formes juridiques des sociétés et les illustrer par des exemples liés à la pratique commerciale
- Classer l'Office suisse des poursuites et faillites en tant que partie de droit public; fournir des cas pratiques des différents modes de gestion, de l'importance des termes techniques et des instruments de droit de poursuite
- Prise en compte du Code Civil Suisse (CCS); tenir compte des points importants tels que le droit des personnes et en particulier le droit de la famille et le droit sur les successions: interpréter et résoudre des cas pratiques simples

4.2 Economie

- Se pencher sur les questions de fond de l'économie et les comparer avec des exemples économiques élémentaires
- Trouver des solutions simples à des problèmes économiques et les évaluer sous un angle critique
- Comparer les caractéristiques spécifiques et les différences entre la micro et la macro-économie
- Comprendre les principaux domaines d'application tels que l'économie de marché, la formation du capital et des prix, les capitaux intérieurs et extérieurs (incl. Inflation et déflation), politiques monétaire et conjoncturelle comme la politique économique extérieure
- Analyser l'importance et la complexité des différents systèmes économiques et se faire sa propre idée par le biais d'exemples concrets de l'économie suisse

4.3 Gestion d'entreprise

- Exposer la gestion d'entreprise en tant que partie intégrante de la politique d'entreprise
- Expliquer les objectifs et la politique d'entreprise
- Relever les éléments principaux dans la gestion et la direction du personnel

4.4 Organisation

- Démontrer l'organisation de l'entreprise en fonction de ses différentes formes juridiques
- Démontrer différentes formes d'organisation et leurs particularités
- Organisations structurelle et fonctionnelle, lignes directrices, organisation matricielle, organisation fonctionnelle et de projet
- Nommer des outils d'organisation et leurs applications (Description du poste, cahier des charges, diagramme de fonctionnement, organigramme, charte d'entreprise)
- Démontrer la situation spécifique de la planification et gestion de production en rapport à leur position et tâches au sein de l'organisation de l'entreprise.

D ANNEXES

1 Adresse des associations responsables

1.1 viscom

Weihermattstrasse 94
5000 Aarau
Tél. 058 225 55 00
www.viscom.ch

1.2 IGS

Association de l'industrie graphique suisse
Schosshaldenstrasse 20
3006 Berne
Tél. 031 351 15 11
Fax 031 352 37 38
www.vsd.ch

2 Adresse du secrétariat pour l'examen

viscom
Seraina Dietschi
Weihermattstrasse 94
5000 Aarau
Tél. 058 225 55 16
seraina.dietschi@viscom.ch