Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

LICENCE

LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES (LEA)

ÉVALUATION DE PARCOURS : C2 - EXPLOITER DES DONNÉES À DES FINS D'ANALYSE

SESSION 2026

Durée : 2 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES (LEA)	3, INDICATIF

Moyens de calculs et matériel autorisés :

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé. L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collège », est autorisé.

Aucun document ou matériel autorisé en dehors de ceux fournis avec le sujet et d'une calculatrice autorisée.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Ce sujet comporte 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.

Les documents réponses en fin de sujet sont à rendre avec la copie.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CONSIGNES GÉNÉRALES : ALIZÉ EXPORT CONSEIL, ENTREPRISE FICTIVE DE CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL, BORDEAUX

Alizé Export Conseil accompagne une PME française qui commercialise des produits de soin sur les marchés britannique, espagnol et allemand. Vous intervenez comme assistant ou assistante d'analyse commerciale au sein d'une équipe travaillant en français, en anglais et en espagnol. La direction souhaite comparer les résultats d'une campagne numérique menée sur ces trois marchés et décider où concentrer le prochain budget.

Les modalités de durée et d'organisation indiquées dans ce sujet sont celles retenues pour cette évaluation de parcours. Le libellé C2 et le coefficient 3 sont les éléments communiqués pour le parcours concerné ; ils ne constituent pas à eux seuls un règlement national d'examen de licence LEA.

Vous utiliserez exclusivement les données agrégées et les règles de calcul du dossier technique. Les montants sont hors taxes. Arrondissez les taux à deux décimales, les montants en euros à deux décimales et les autres résultats au nombre entier le plus proche, sauf indication contraire. Toute recommandation devra être appuyée par au moins deux indicateurs calculés.

PARTIE 1 : Analyse fonctionnelle, qualité des données et cadre réglementaire (4 points)

Définir le besoin d'analyse et vérifier les données disponibles

La direction demande une comparaison des marchés à partir des données de campagne fournies dans le DT 2. L'objectif est de distinguer le volume d'activité, l'efficacité de conversion et le rendement commercial. Les données du tableau sont agrégées par marché et ne contiennent pas de données directement identifiantes.

Indicateurs et usages attendus

Décision à éclairer	Indicateurs à mobiliser	Unité attendue	
Comparer l'efficacité de l'acquisition	Taux de clics, coût par clic	%	€ par clic
Comparer la transformation commerciale	Taux de conversion clics-commandes, coût par commande	%	€ par commande
Comparer le rendement de la dépense publicitaire	Chiffre d'affaires converti en euros, ROAS	€	ratio

Synthèse du besoin exprimé par la direction.

1.1 (2 points) Formulez le besoin d'analyse en une question opérationnelle destinée à la direction. Citez ensuite deux indicateurs pertinents pour comparer l'efficacité commerciale des marchés et précisez, pour chacun, ce qu'il permet d'observer.

1.2 (2 points) À partir du DT 2, indiquez deux contrôles de qualité à effectuer avant de comparer les marchés. Pour chaque contrôle, précisez le champ concerné, le risque d'erreur associé et la vérification concrète à réaliser. Votre réponse doit notamment tenir compte des devises et de la cohérence entre clics, commandes et impressions.

PARTIE 2 : Exploitation et calcul des indicateurs (6 points)

Nettoyer, convertir et agréger les données commerciales

Utilisez les valeurs du DT 2 et les formules du DT 3. Le taux de conversion global se calcule à partir du total des commandes divisé par le total des clics ; il ne s'obtient pas en faisant la moyenne simple des taux par marché. Pour le marché britannique, convertissez d'abord le chiffre d'affaires en livres sterling en euros selon le taux fourni.

Formules de calcul à appliquer

Indicateur	Formule
Taux de clics	$\frac{\text{clics}}{\text{impressions}} \times 100$
Taux de conversion clics-commandes	$\frac{\text{commandes}}{\text{clics}} \times 100$
ROAS	$\frac{\text{chiffre d'affaires converti en euros}}{\text{dépenses publicitaires en euros}}$

Les règles de calcul détaillées figurent également dans le DT 3.

2.1 (2 points) Convertissez en euros le chiffre d'affaires britannique indiqué dans le DT 2. Détaillez le calcul, indiquez la valeur obtenue et précisez pourquoi cette conversion doit précéder toute comparaison des chiffres d'affaires des trois marchés.

2.2 (2 points) Calculez, pour l'Espagne et l'Allemagne, le taux de clics et le taux de conversion clics-commandes. Présentez les résultats en pourcentage avec deux décimales et faites apparaître au moins un calcul détaillé.

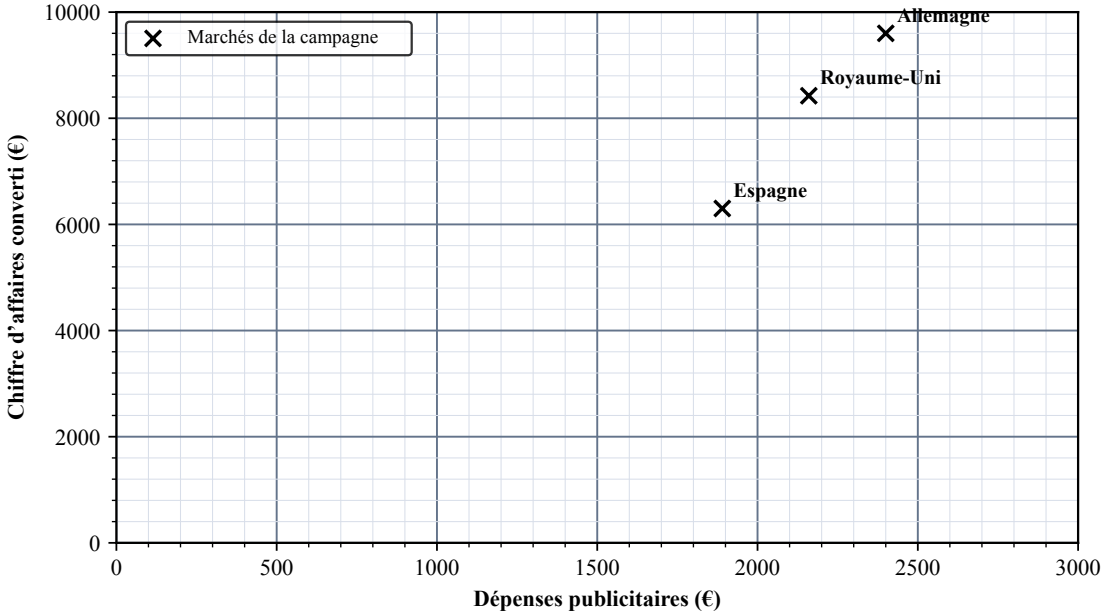
2.3 (2 points) Calculez le chiffre d'affaires total converti en euros, le total des dépenses publicitaires et le ROAS global de la campagne. Détaillez les sommes et le ratio. Arrondissez le ROAS à deux décimales.

PARTIE 3 : Comparaison des marchés et aide à la décision (6 points)

Interpréter des indicateurs et formuler une recommandation argumentée

La marge brute estimée avant dépenses publicitaires est fournie par marché dans le DT 2. La contribution après dépense publicitaire est calculée selon la formule du DT 3. Elle ne représente pas le bénéfice net de l'entreprise : les autres coûts ne sont pas fournis.

Dépenses publicitaires et chiffre d'affaires converti



Nuage de points à interpréter. Chaque point correspond à un marché ; les coordonnées sont en euros.

3.1 (3 points) Complétez le DR 1 pour les trois marchés : chiffre d'affaires converti en euros, ROAS et contribution après dépense publicitaire. Pour cette contribution, appliquez la formule chiffre d'affaires converti × taux de marge brute − dépenses publicitaires. Présentez les montants à deux décimales et le ROAS à deux décimales.

3.2 (2 points) Comparez les trois marchés en vous appuyant sur au moins deux indicateurs calculés. Identifiez le marché qui présente la contribution après dépense publicitaire la plus élevée et celui dont le coût par commande est le plus faible. Justifiez chaque constat par une valeur chiffrée.

3.3 (1 point) À partir du nuage de points, décrivez en une ou deux phrases la relation observée entre dépenses publicitaires et chiffre d'affaires sur ces trois marchés. Indiquez une limite de cette observation qui empêche d'en déduire, à elle seule, un lien de causalité.

PARTIE 4 : Prévention, sécurité des données et communication professionnelle (4 points)

Respecter les règles de traitement et restituer une analyse fiable

Les résultats sont destinés à une réunion réunissant des collègues francophones, anglophones et hispanophones. Le DT 3 rappelle les précautions de traitement applicables au jeu de données fourni. Les conclusions doivent distinguer les faits calculés des hypothèses ou recommandations.

Points de vigilance avant diffusion

Point de vigilance	Exemple de vérification
Confidentialité et minimisation	Diffuser uniquement les données agrégées nécessaires
Comparabilité	Uniformiser devises, périodes et définitions des indicateurs
Communication multilingue	Conserver les unités et expliciter les acronymes

Contrôles attendus sur une restitution professionnelle.

4.1 (2 points) Indiquez deux précautions à prendre avant de transmettre les résultats à l'équipe commerciale, en vous référant au DT 3. Pour chacune, expliquez le risque évité. Votre réponse doit traiter au moins un aspect relatif à la protection des données ou à la confidentialité et un aspect relatif à la fiabilité des chiffres.

4.2 (2 points) Rédigez une recommandation de 60 à 90 mots à l'attention de la direction. Elle doit proposer une priorité d'action pour le prochain cycle, s'appuyer sur deux indicateurs au minimum et signaler une limite des données disponibles. Rédigez en français dans un style professionnel adapté à une synthèse susceptible d'être traduite en anglais ou en espagnol.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : SCHÉMA DU CIRCUIT DE TRAITEMENT DES DONNÉES DE CAMPAGNE

Le schéma représente le circuit fonctionnel du jeu de données utilisé dans cette épreuve. Les chiffres sont extraits d'un rapport de campagne agrégé par marché ; ils sont contrôlés, convertis dans une devise commune, puis exploités pour produire des indicateurs et une synthèse de décision. Les repères 1 à 4 correspondent aux étapes du traitement. Le schéma est fonctionnel et ne constitue pas un plan d'implantation matériel.

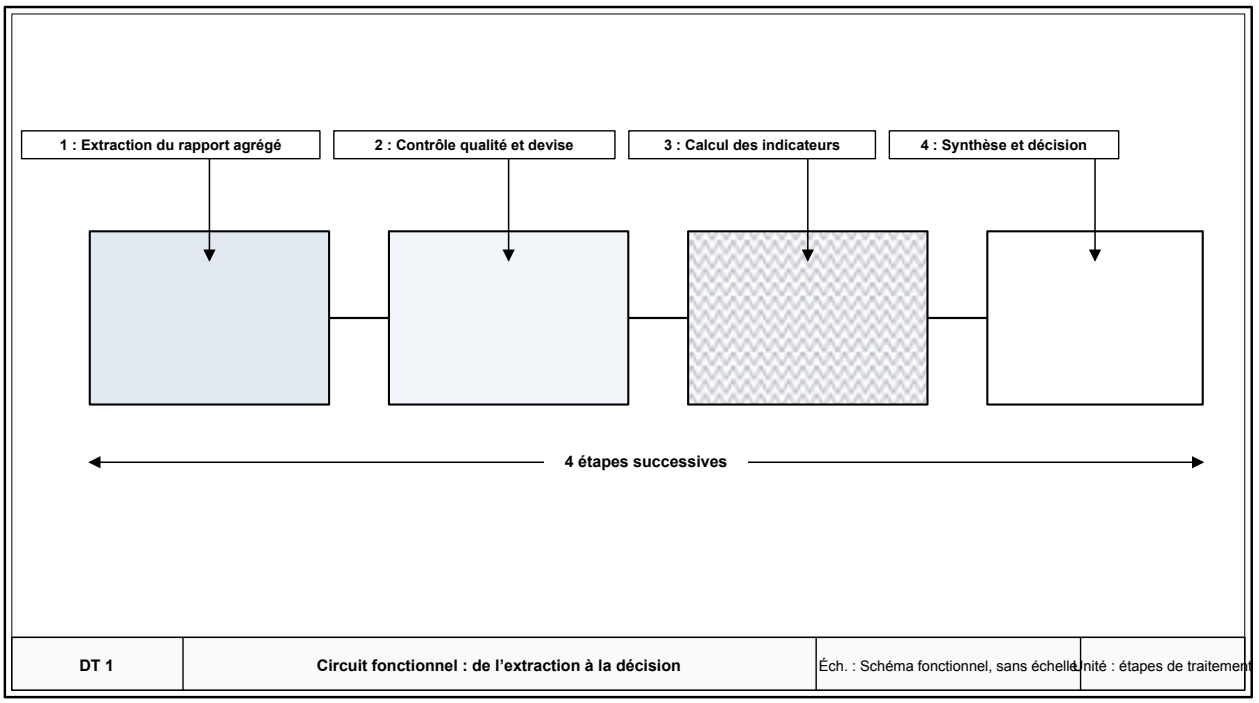


Schéma de traitement des données agrégées de campagne. Lecture de gauche à droite.

DT 2 : JEU DE DONNÉES AGRÉGÉ DE LA CAMPAGNE NUMÉRIQUE

Campagne menée sur une même période de 30 jours. Les dépenses publicitaires et les chiffres d'affaires sont hors taxes. Les commandes correspondent aux commandes attribuées à la campagne selon la méthode de suivi de l'entreprise. Le taux de marge brute est une estimation interne appliquée au chiffre d'affaires du marché. Le chiffre d'affaires britannique est exprimé en livres sterling ; pour l'ensemble des calculs de comparaison, utilisez le taux de conversion fourni dans le DT 3. Toutes les autres valeurs monétaires sont déjà en euros.

Données initiales par marché

Marché	Impressions	Clics	Contacts qualifiés	Commandes	Dépenses publicitaires	Chiffre d'affaires local	Taux de marge brute estimé
Royaume-Uni	12 000	720	90	27	2 160 €	7 200 GBP	42 %
Espagne	9 000	630	105	21	1 890 €	6 300 €	38 %
Allemagne	15 000	600	120	24	2 400 €	9 600 €	45 %

Source : rapport agrégé de campagne transmis par Alizé Export Conseil pour le cas étudié.

Définitions et précisions sur les champs

Champ	Définition	Unité ou format
Impressions	Nombre d'affichages publicitaires comptabilisés	nombre entier
Clics	Nombre de clics comptabilisés dans le rapport	nombre entier
Contacts qualifiés	Contacts répondant aux critères commerciaux internes	nombre entier
Commandes	Commandes attribuées à la campagne	nombre entier
Dépenses publicitaires	Dépense de diffusion de la campagne	euros hors taxes
Chiffre d'affaires local	Chiffre d'affaires attribué à la campagne dans la devise du marché	GBP au Royaume-Uni, euros en Espagne et en Allemagne
Taux de marge brute estimé	Part du chiffre d'affaires retenue pour estimer la marge brute avant publicité	pourcentage

Les champs sont fournis sous forme agrégée par marché pour la même période.

DT 3 : RÈGLES DE CALCUL, CHANGE ET PRÉCAUTIONS D'EXPLOITATION

Appliquez les formules ci-dessous sans modifier les définitions. Les pourcentages doivent être calculés avec les totaux pertinents. Les données fournies sont agrégées et ne permettent pas d'analyser le comportement individuel des clients, la rentabilité nette complète ou l'effet causal du montant dépensé sur le chiffre d'affaires.

Le traitement présenté dans ce cas est limité aux données agrégées nécessaires à l'analyse. Dans un contexte professionnel réel, l'accès, la conservation et la diffusion des données doivent respecter les règles de protection des données applicables, notamment les principes de finalité, de minimisation et de limitation des accès prévus par le règlement (UE) 2016/679. Ne cherchez pas à réidentifier des personnes à partir de données agrégées.

Paramètres et formules à utiliser

Élément	Valeur ou formule	Consigne
Taux de change	1 GBP = 1,17 €	Multiplier le montant en GBP par 1,17.
Taux de clics	$\frac{\text{clics}}{\text{impressions}} \times 100$	Calculer par marché.
Taux de conversion clics-commandes	$\frac{\text{commandes}}{\text{clics}} \times 100$	Pour le taux global, diviser le total des commandes par le total des clics.
Coût par clic	$\frac{\text{dépenses publicitaires}}{\text{clics}}$	Exprimer en euros par clic.
Coût par commande	$\frac{\text{dépenses publicitaires}}{\text{commandes}}$	Exprimer en euros par commande.
ROAS	$\frac{\text{chiffre d'affaires converti en euros}}{\text{dépenses publicitaires}}$	Présenter sous forme de ratio, à deux décimales.
Contribution après dépense publicitaire	$\text{chiffre d'affaires converti} \times \text{taux de marge brute estimé} - \text{dépenses publicitaires}$	Ce résultat ne correspond pas au bénéfice net.
Contrôle de cohérence	$\text{commandes} \leq \text{clics} \leq \text{impressions}$	Une valeur contraire nécessite une vérification de la source ou de la définition du champ.

Taux de change et conventions de calcul fournis pour l'épreuve.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : questions 3.1 et 3.2 **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez le tableau à partir des données du DT 2 et des formules du DT 3. Indiquez les unités. Présentez les montants à deux décimales et le ROAS à deux décimales. Justifiez ensuite votre comparaison dans l'espace de réponse de la copie.

Tableau comparatif des marchés

Marché	Chiffre d'affaires converti (€)	ROAS	Contribution après dépense publicitaire (€)
Royaume-Uni	.....	.....	.....
Espagne	.....	.....	.....
Allemagne	.....	.....	.....
Total ou synthèse globale	.....	.....	.....

Cases à compléter par le candidat.

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 2 : Document réponse à rendre avec la copie : question 4.2 **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Rédigez votre recommandation dans le tableau. Respectez la longueur demandée dans la question 4.2 et distinguez les résultats observés de la limite ou de l'hypothèse mentionnée.

Préparation de la recommandation à la direction

Élément à mobiliser	Réponse du candidat
Marché ou action à privilégier	.....
Premier indicateur chiffré et interprétation	.....
Deuxième indicateur chiffré et interprétation	.....
Limite des données ou précaution d'interprétation	.....

Compléter les cases avant de rédiger la synthèse.

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.