DIPLÔME DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION

UE 12 – ANGLAIS DES AFFAIRES

SESSION 2026

Éléments indicatifs de corrigé

I – COMPRÉHENSION ÉCRITE (10 points)

En vous appuyant sur les quatre documents fournis, vous rédigerez **en français** une note de synthèse qui rendra compte de la problématique du dossier.

250 mots (+/-10 %). Vous indiquerez obligatoirement le nombre de mots utilisés.

La problématique qui peut se dégager du dossier est la suivante :

« Quels sont les enjeux autour des efforts RSE des entreprises ? »

TOUT PLAN COHÉRENT DOIT ÊTRE ACCEPTÉ

Éléments de compréhension attendus :

1. Les avantages à être éco-responsable

- Initiatives écoresponsables = réaliser des économies (doc.1)
  → meilleure utilisation de l'énergie (doc.1)
  → réduction des déchets (doc.1)
  → recyclage (doc.1)
- Communiquer les efforts RSE = une bonne image de marque (doc. 1 + 4).
  → clients supplémentaires (doc. 1).
  → fidélisation des clients existants (doc. 1).
  → Ces clients deviennent ambassadeurs de la marque = bouche-à-oreille (doc. 1).

2. Les dangers de la communication RSE

- Certaines entreprises sont poussées vers le *greenwashing* / publicité mensongère (doc. 1 + 2 + 3 + 4).
- D'autres entreprises, de bonne foi, ne savent pas comment communiquer les objectifs sociaux et environnementaux (ex : Hyundai) (doc. 3)
- Ces difficultés de communication poussent certains groupes à ne pas communiquer du tout leur stratégie RSE (*green hushing*) (doc.2).

3. Les solutions aux problèmes de communication

- Niveau entreprises : publier les données scientifiques pour prouver de manière transparente les réels efforts RSE (doc. 1 + 3).
- Niveau investisseurs : revendre les actions des entreprises malhonnêtes (doc. 2).
- Niveau gouvernemental :
  → voter des nouvelles lois plus strictes (doc. 2 + 3).
  → imposer des sanctions pour propos non avéré / loi non respectée (doc. 2 + 3).

Conclusion : les entreprises ont tout intérêt à opter pour une stratégie de RSE honnête et transparente.

II – EXPRESSION EN ANGLAIS (10 points)

1. Comment on document 4

***Cartoon* – Éléments indicatifs de correction**

• A visual satire on the theme of **greenwashing**.

• Big Canadian banks are shown as **a two-faced creature**, which points to their **hypocrisy** and willingness to **deceive the public**.

• On the left, their public face is engaged in **token green gestures** such as **planting a tree**, holding an **energy-saving light bulb** over a flower-spotted lawn, and claiming they take **environmental responsibility** → projects a **positive public image** of companies claiming to be green and environmentally responsible, catering to the **growing demand for sustainability.**

• The creature is waving a **national flag**, suggesting the existence of national rules it has to comply with.

• On the right, in the creature's back, the atmosphere is **much darker**. Away from **public scrutiny**, its tentacles plunge into an **oil barrel**. The **sky is cloudy** and the **ground oily** → points to the banks' **hidden** pursuit of **harmful practices** and their nightmarish impact on the **environment**.

• The illustration denounces the hypocrisy of some businesses regarding their environmental communication and **warns investors and consumers** about the issue.

2. Write an email

Vous êtes Sam Right, directeur/directrice du service juridique de GreenFuture, entreprise spécialisée dans le recyclage du plastique. Vous rédigez un courriel au PDG, Blake March, pour attirer son attention sur la nécessité de fonder tous les arguments environnementaux des publicités de l'entreprise sur des études scientifiques. Vous l'alertez ensuite sur les risques encourus – légaux ou autres – dans le cas contraire.

From: sam.right@greenfuture.com
To: blake.march@greenfuture.com
Date : 05/29/2026
Subject: risks around environmental communication

Dear Mr March, / Dear Blake,

As part of our ongoing commitment to sustainability, we must ensure that our marketing strategy accurately reflects the latest environmental regulations. Recently introduced laws require that all environmental claims in our advertising campaigns be supported by solid evidence.

Accusations of green washing could not only damage our brand reputation but also lead to legal and financial consequences. It's crucial that we avoid misleading consumers and instead focus on clear, truthful communication of our environmental actions. Transparently sharing our sustainability goals and progress will help build trust with our customers and stakeholders.

Hence, I believe we should have more scientific studies made on our recycling processes. As head of the legal department, I am also willing to collaborate closely with the marketing department to review our current campaigns and make necessary adjustments to ensure they meet these new standards.

Best regards,

Sam Right