



BANQUE COMMUNE D'ÉPREUVES

ÉPREUVE ESC

77 CH

IENA_ LV2

Concepteur : BANQUE IENA

Ecole de Management de Normandie – Ecole de Management de Strasbourg - E.S.C. Amiens Picardie -
E.S.C. Bretagne Brest – E.S.C. Chambéry Savoie - E.S.C. Clermont- E.S.C. Dijon Bourgogne -
E.S.C. La Rochelle - E.S.C. Montpellier - E.S.C. Pau - E.S.C. Rennes School of Business -
E.S.C. Saint-Etienne - E.S.C. Troyes – INSEEC Paris - ISC Paris – TELECOM Ecole de Management

ÉPREUVE DE LANGUES VIVANTES II

**Mercredi 12 mai 2010
de 14 heures à 17 heures**

Durée : 3 heures

OPTIONS S, E, L, T

ITALIEN - RUSSE

(La note sur 80 sera divisée par 4 pour obtenir la note sur 20,
les deux chiffres après la virgule arrondis au dixième supérieur.)

Les candidats ne sont pas autorisés à modifier le choix de la deuxième langue dans laquelle ils doivent composer. Tout manquement à la règle sera assimilé à une tentative de fraude.

Ils ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique ; sauf en latin pour lequel un dictionnaire Latin-Français est autorisé ; l'utilisation de toute calculatrice ou de tout matériel électronique est interdite.

Quando l'Italia scoprì il low cost

Quando è nata, ottanta anni fa, «la» Upim (o Upim, il dibattito non si placa), femmina in quanto sorella minore e un po' derelitta della Rinascente (invece era un fratello, ugualmente un po' derelitto, ma maschio, di nome completo Unico Prezzo Italiano Milano), quando è nata, dicevamo, s'ispirava a uno slogan del tempo, quello del taglio piccolo, della banconota leggera capace però, grazie ai risparmi garantiti dalla grande distribuzione, di un buon potere d'acquisto

Comprare alla Upim non era da ricchi. I «ricchi» compravano alla Rinascente, nome inventato da Gabriele D'Annunzio, immagine alta (dalla Rinascente è venuto fuori Giorgio Armani, è lì - racconta - che s'è formato il suo gusto), prezzi non bassi. Proprio per chi quei prezzi non poteva permetterseli ma costituiva un mercato vasto e interessante la Rinascente pensò a un'azienda popolare, e la battezzò con quel magico riferimento al prezzo unico, garanzia di probità e accessibilità. Difficile ritrovare tracce di quella Upim negli spazi vendita di oggi. Sempre pensati per le famiglie medie italiane (ma la pubblicità non usa certo l'aggettivo «medio», che urterebbe la suscettibilità degli acquirenti, adesso del resto molto mescolati, data la tendenza attuale a pescare tutti dappertutto), ma vivaci, prezzi differenziati, begli ambienti, allure che non vuole ricordare a nessuno la penuria, bensì instillare l'allegria convinzione che anche senza straspendere si può essere up-to-date, concedersi belle cose.

Quando la Upim è nata, era impossibile nascondersi, nel senso di nascondere il proprio status. Un uomo o una donna di ceto medio-basso - il ceto cui il magazzino a prezzo unico si rivolgeva - era vestito, accessoriato, pettinato in modo quasi segnaletico, portava in giro un invisibile cartello dove era indicato il suo gradino sulla scala sociale. Il magazzino a prezzo unico recava in sé questa tristezza, il marchio della modestia «dignitosa». Negli anni, magari a scapito della modestia ma per fortuna a vantaggio della dignità, il dato segnaletico è scomparso.

Allineati alla fermata del tram davanti all'Upim di via Spadari angolo via Torino a Milano, flagship (che vuol dire nave ammiraglia in inglese e dunque anche nel linguaggio del marketing) del gruppo, ristrutturata da pochi mesi proprio per innalzare al massimo la bandiera aziendale, uomini e donne di ceto indefinibile, per lo più in blue jeans e piumone, non sono immediatamente riconoscibili come clienti del «negozio per famiglie».

È gente qualunque, e il magazzino si rivolge a tutti loro con un approccio cordiale che non implica affatto l'idea del risparmio forzato. Che poi, con la crisi sempre più incalzante, il risparmio stia diventando forzato davvero, è un altro paio di maniche.

La Stampa, 14/12/2008

I. VERSION (sur 20 points)

Traduire depuis " Comprare alla Upim..." jusqu'à " a nessuno la penuria"
(de la ligne 6 à la ligne 15)

II. QUESTIONS (sur 40 points)

1 Question de compréhension du texte

Spiegate " Quando la Upim è nata, era impossibile nascondersi, nel senso di nascondere il proprio status".

(ligne 17)

(150 mots + ou - 10%; sur 20 points)

2. Question d'expression personnelle

E' importante il linguaggio della pubblicità per incitare il cliente a consumare nonostante "la crisi sempre più incalzante?"

(250 mots + ou - 10%; sur 20 points)

Le non-respect de ces normes sera sanctionné. (Indiquer le nombre de mots sur la copie après chaque question)

III. THEME (sur 20 points)

1. Personne n'est venu nous accueillir à l'aéroport malgré notre arrivée tardive.
2. Le voyage de Palerme à Milan s'est déroulé sans incidents et pourtant l'orage grondait.
3. Cher ami, voulez-vous m'accompagner au théâtre ce soir ?
4. Si le temps ne change pas, nous aurons un hiver très agréable.
5. Pour mon anniversaire, mon cousin m'a envoyé de superbes livres d'art.
6. Trop d'étudiants européens partent travailler à l'étranger.
7. Il ne faut pas manger trop de graisses ou boire de l'alcool pour vivre vieux.
8. Je viens de rencontrer ton oncle : il ne m'a pas reconnu.
9. Ne parle pas de notre rencontre à ton frère, il ne m'aime pas.
10. Quand on connaît la Sicile, on est charmé par ses beautés.

RUSSE

Чтоб не пил, не курил, сильно Родину любил

Государственный совет нарисовал образ идеального молодого человека

5 Молодёжь - люди в возрасте 14-20 лет - составляет в России 27%, то есть чуть меньше трети населения. Молодёжной политикой занимался на прошлой неделе Государственный совет России. Президент Дмитрий Медведев потребовал включить работу с молодёжью в один из критериев оценки работы региональных властей.

10 "Стены между взрослой жизнью и учёбой нет, нужно активно включать молодёжь в политическую и общественную жизнь», - заявил глава государства. Поэтому для избрания на выборные должности в муниципальные органы власти установили ценз в 18 лет. Но разрешения главной интриги - быть или не быть специальному закону о молодёжной политике, которого все ждали от Госсовета, так и не произошло. Дмитрий Медведев честно признал, что он не против идеи специального закона о молодёжи, но не понимает, что именно должен регулировать этот правовой акт. Г-н Медведев вспомнил, что такой закон хотели принять в СССР ещё в 1988 году, но тогда не смогли его написать. Да и сейчас, когда президент спросил об этом Светлану Хоркину из думского комитета по молодёжной политике, та тоже не нашла, что ответить.

15 Хотя президент сказал, что «мы не должны превращаться в менторов» в основном все выступавшие говорили о том, как научить молодого человека любить Родину и как отучить его пить и курить. Самым популярным среди членов Госсовета мнением было то, что не всегда безупречный советский опыт всё равно лучше бездействия 90-х годов, но многие нынешние предложения по работе с молодёжью выглядели очень оторванными от современной жизни. Так, Светлана Хоркина заявила о необходимости создания просветительского молодёжного телеканала, очевидно не задумываясь над вопросом, кто же будет его смотреть. Губернатор Амурской области Олег Кожемяко предложил развивать любовь к отечественной истории. Губернатор Ивановской области Михаил Мень предлагает действовать тоньше: «Государство должно перестать быть зрителем свободного рынка, - заявил он. - Надо принять экстренные меры по снижению количества сериалов, воспевающих бандитскую романтику, и вытеснить с эстрады дешёвую «фанеру».

20 Но главной темой дискуссии стала пропаганда здорового образа жизни. Президент привёл страшные цифры: "По официальной статистике, курят 3 млн подростков. Треть регулярно распивает алкогольные напитки. Реальные цифры намного выше. В целом молодёжь очень равнодушно относится к своему здоровью». Самый лучший способ оздоровления молодёжи, и с этим согласились все, - это занятия спортом.

25 Мэр Москвы Юрий Лужков рассказал, что столичное правительство приняло целевую программу "Молодёжь Москвы". Она должна обеспечить молодёжи "равные стартовые возможности", защитить её от "деструктивных влияний, негативных проявлений" и развить "инициативу и общественную активность". "Два десятка лет государство не занималось молодёжью и вопросами патриотического воспитания", - посетовал мэр Москвы Юрий Лужков. Утверждён и список "деструктивных влияний": деятельность тоталитарных сект, "нагнетание экстремизма, социальной и межнациональной розни", "культ насилия и вседозволенности".
35
40 Есть и такой пункт: "искажение фактов истории".

I. VERSION (sur 20 points)

Traduire depuis « Государственный совет нарисовал... » jusqu'à « ... этот правовой акт. »

(de la ligne 1 à la ligne 12)

II. QUESTIONS (sur 40 points)

1. Question de compréhension du texte

Какие проблемы молодёжи беспокоят российские власти ?

(150 mots + ou - 10%* ; sur 20 points)

2. Question d'expression personnelle

По вашему мнению, какими сферами жизни молодёжи может и должно заниматься государство?

(250 mots + ou - 10%* ; sur 20 points)

* Le non-respect de ces normes sera sanctionné.

(Indiquer le nombre de mots sur la copie après chaque question).

III. THEME (sur 20 points)*

- 1) Natacha est encore plus forte en physique que son frère.
- 2) Tous les employés ont peur du directeur financier.
- 3) En 2009 environ 250 personnes travaillaient dans cette entreprise.
- 4) Si ton frère était entré dans cette firme il y a quelques années, il serait déjà manager.
- 5) Quelqu'un est-il venu ici ce matin ?
- 6) Sa mère ne veut pas qu'il aille en discothèque.
- 7) Il me semble que ces jeunes ne s'intéressent pas à leur travail, mais surtout à leur salaire !
- 8) Connaissez-vous le jeune ingénieur que le directeur a engagé la semaine dernière ?
- 9) Autrefois ils allaient chaque année à la mer dans le sud de la France, maintenant ils passent leurs vacances en Angleterre.
- 10) Nous avons fait connaissance avec Ivan Konstantinovitch Borissov, le nouveau directeur général.

* écrire les chiffres et les dates en toutes lettres