


<i>Centre Number</i> Centre N°	EUROPEAN CONSORTIUM FOR THE CERTIFICATE OF ATTAINMENT IN MODERN LANGUAGES	<i>For Examiners' Use Only</i> Partie réservée aux correcteurs
<i>Candidate No.</i> Candidat N°		
FR – C1	Université de Pécs Centre de Langues Étrangères	<i>Signatures</i> Signatures
<i>Name (BLOCK CAPITALS)</i> Nom (EN CAPITALES)	FRANÇAIS	
<i>Signature / Signature</i>	Compréhension écrite	Correcteur 1
<i>Date / Date</i> / / 20..	Niveau C1 45 minutes 25 points	Correcteur 2

INSTRUCTIONS GÉNÉRALES

Complétez en capitales les cases ci-dessus, situées à gauche de cette page.
Écrivez toutes vos réponses dans le présent feuillet.
L'utilisation de papier supplémentaire et l'usage du dictionnaire sont interdits.
Pour les brouillons éventuels vous trouverez de la place sur la dernière page.
Essayez de résoudre chacun des deux exercices.
Écrivez clairement et lisiblement.
Écrivez toutes vos réponses avec un stylo bleu ou noir.
Faites attention à l'orthographe et à toutes les particularités de la langue écrite.

INFORMATIONS POUR LES CANDIDATS

Ce test comprend deux parties.
N'écrivez que les réponses définitives dans les cases.
Le Consortium n'est pas responsable des informations supplémentaires données par les surveillants contredisant éventuellement les informations données ci-dessus.

Compréhension écrite

Première partie

Lisez attentivement cet article. Dix morceaux de phrases y ont été effacés et vous sont proposés à la fin du texte. Rétablissez le texte original en mettant la lettre adéquate à sa place. Attention, il y a deux morceaux de phrases en plus !

L'exemple 0 vous servira de modèle.

Comment trois voitures sans histoires sont devenues des stars

Nous avons retrouvé trois voitures qui, ayant mené une carrière commerciale honnête mais sans plus, ont été révélées 0 .

La Gran Torino de “Starsky et Hutch”

La Ford Torino (1968-1976) est le prototype de la voiture américaine 1 des années 1970. Longue, carrée, pourvue d’une calandre chromée béante et d’une belle banquette à l’arrière. Une appellation bizarre car son style, d’une intense banalité, n’évoque pas du tout la latinité européenne. Héritière de la Fairlane, la Torino est disponible en berline, break (station wagon) et coupé. Pour lui donner un peu plus de personnalité, Ford lui adjoint quelques gros moteurs et l’enrôle dans des compétitions.

La série « Starsky et Hutch » (1975-1979) va soudainement faire de la grosse Ford, 2 , une super voiture de police. Non pas dans sa version quatre-portes, mais en coupé Gran Torino avec un V8 de 5,7 litres développant la (modeste) puissance de 165 ch. Et avec, 3 , une zébrure blanche sur fond rouge déployée sur son profil.

La Pontiac Firebird de “K2000”

Alter ego de la Chevrolet Camaro, la Pontiac Firebird est une voiture qui jouit 4 auprès d’une population mâle qui, dans les années 1980, est généralement portée sur les gourmets en or, les Rayban et les chemises ouvertes. C’est une voiture de frimeur comme seuls les Américains savent en produire. Conçue pour concurrencer la Ford Mustang, elle n’est jamais parvenue 5 en termes d’image. En outre, ses prestations et son prestige se heurtent à un plafond de verre au sein du groupe General Motors, où la Corvette occupe le haut du pavé.

En devenant le coéquipier de l’acteur David Hasselhoff dans la série « K2000 » (1982-1986), « l’oiseau de feu » de Pontiac (un modèle du millésime 1982) se découvre une vocation avant-gardiste. Son fameux ordinateur intégré appelé KITT – en fait ce qu’on appellerait aujourd’hui une voiture autonome. Dotée d’une intelligence artificielle, elle évolue sans pilote et évite les obstacles avec son Turbo Boost. Si l’émergence de la voiture autonome fait aujourd’hui de « K2000 » 6 de l’automobile sans conducteur, reste à espérer que les modèles attendus, dit-on, dans les années 2020, seront moins bavards que KITT et auront un humour moins « cheap ».

La Renault Fuego de “Mais qui a tué Pamela Rose ?”

Le cas de la Fuego est particulier. Ce coupé portant 7 incarne l’excès de confiance en soi qui a saisi nombre de constructeurs dans les années 1980. Lancée au tout début de la décennie, cette voiture, vite taxée de Porsche 924 du pauvre (ladite Porsche, avec son moteur installé à l’avant, ayant été elle-même vertement critiquée 8) et notoirement sous-motorisée, a éprouvé les pires difficultés à se faire prendre au sérieux malgré des ventes somme toute honnêtes. Au point que Renault s’abstiendra un temps de lancer des coupés.

Le caractère d’antihéros de cette Renault devant laquelle on riait sous cape a été consacré en 2003 par *Mais qui a tué Pamela Rose ?* d’Eric Lartigau. Dans ce film, le personnage principal voue 9 à ce coupé définitivement tombé dans le camp du kitsch automobile. Le “Fuego bashing”, qui a

beaucoup contribué au succès de ce long-métrage, a confirmé la Renault comme une voiture emblématique des années 1980, __ **10** __. D'autant que sa carrière cinématographique est plus riche qu'on ne le pense. La Fuego apparaît dans trois James Bond et, consécration suprême, croise la Pontiac Firebird de David Hasselhoff dans l'épisode 18 de la première saison de « K2000 ».

Phrases à restituer dans le texte :

- A. en intégrant la distribution d'une série ou d'un film
- B. en prime
- C. par les puristes
- D. une plaisante anticipation
- E. dont les ventes sont cantonnées au continent américain
- F. sans succès phénoménal
- G. un nom flamboyant
- H. donc promise à la postérité
- J. d'un certain prestige
- K. de grande diffusion
- L. une belle carrière commerciale
- M. un culte saugrenu
- N. à prendre le dessus

Écrivez la réponse convenable dans les cases.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A										

Compréhension écrite

Deuxième partie

Lisez attentivement cet article portant sur une étude de l'Observatoire société et consommation (L'ObSoCo) et répondez ensuite aux questions. Donnez des réponses courtes mais précises. Elles ne doivent pas contenir d'informations superflues. L'exemple 0 vous servira de modèle.

HYPERCONSOmmATEURS, AMATEURS DE FAST-FOODS ET DE BIO... PORTRAIT ROBOT DES JEUNES BOBOS URBAINS

Qui est le jeune bobo parisien ? Un amateur d'expérience, bien plus individualiste et hédoniste dans son comportement que les idéaux auxquels il se réfère, hyperconsommateur et fuyant la contrainte, nous apprend une étude de l'Observatoire société et consommation, publiée mardi 4 décembre. Réalisée à partir d'une compilation d'enquêtes, elle s'est penchée sur cette frange de la population appelée les « jeunes urbains créatifs » (spécialistes du marketing, architectes, designers, professionnels de la culture et des médias...) qui est « souvent confondue avec l'ensemble des millenials (les 18-34 ans), probablement parce que c'est la plus médiatisée, explique Philippe Moati, cofondateur de l'ObSoCo. Bien qu'ils représentent moins de 5 % de la population, c'est une classe influente puisqu'étant au cœur des lieux de décision des marques et des enseignes, sa manière de consommer a tendance à se diffuser dans la société ».

Ainsi apprend-on qu'ils pensent intégrer plus que la moyenne la préoccupation environnementale dans leurs comportements d'achat (75 % des personnes interrogées), sont attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé (79 % d'entre eux), achètent des produits alimentaires bio (44 % contre 34 % pour l'ensemble des Français) et utilisent des applications comme Yuka (39 %). 57,9 % d'entre eux ne se reconnaissent d'ailleurs pas dans le modèle de consommation de masse. Et pourtant, ces jeunes urbains créatifs fréquentent des fast-foods plus que la moyenne des Français (58 % contre 40 %), aiment faire les soldes (65,2 %), et près de la moitié d'entre eux ne s'est jamais rendue dans l'année dans un marché paysan ou de producteurs (contre 42,5 % de l'ensemble des Français). Voyager le plus souvent possible fait partie des priorités pour 66 % d'entre eux.

L'étude dresse le portrait d'une génération toute en contradictions « qui n'est pas dans la déconsommation, selon M. Moati, mais dans une forme d'hyperconsommation tournée vers l'être plutôt que l'avoir ». Elle est impliquée dans le faire soi-même, la cuisine, comme une réalisation de soi que l'on « peut montrer aux autres, de manière assez grégaire, en postant sur les réseaux sociaux ».

« Ils sont dans la simplification du quotidien pour pouvoir consacrer du temps à d'autres activités qu'ils jugent extrêmement importantes, comme boire un café en terrasse. C'est un mélange d'hyper individualisme et de projection en direction des autres et du monde. C'est l'économie de la flemme, le confort, la fuite devant la contrainte. Ce qui en fait des pionniers de l'économie à la demande et de l'utilisation des VTC, des Deliveroo, qu'ils ont d'ailleurs les moyens de se payer », constate M. Moati. Jusqu'aux régimes végétariens ou végétaliens qu'ils ne sont que 3,9 % à suivre, contrairement aux idées reçues. « Etre vegan, cela impose des contraintes », précise M. Moati.

Cette génération urbaine, minoritaire, inspire néanmoins les grands groupes du secteur de la consommation dans la construction d'une offre dans laquelle ne se reconnaîtra peut-être pas le reste de la France.

Exemple :

0. D'où vient cette génération de jeunes ?

..... *des villes / de Paris*.....

1. A quoi s'oppose le comportement de ces jeunes ?

.....

2. Pourquoi les „jeunes urbains créatifs“ sont-ils souvent perçus comme les millenials ?

.....

3. Par quoi cette classe de jeunes influence-t-elle la société ?

.....

4. La notion d'environnement a-t-elle une influence réelle sur leurs achats ?

.....

5. Dans quel idéal ne se retrouvent-ils pas ?

.....

6. En quoi l'hyperconsommation des bobos est-elle si contradictoire ?

.....

7. Que font-ils pour se libérer du temps libre ?

.....

8. Outre la recherche du confort, pourquoi les bobos sont-ils des pionniers dans l'utilisation des VTC et des Deliverro ?

.....

9. Pourquoi les bobos sont-ils si peu à suivre des régimes végétariens ?

.....

10. Pourquoi est-il problématique que ces bobos influencent aussi fortement les grands groupes ?

.....

NOTES

SAMPLE

SAMPLE

SAMPLE