



FRENCH / FRANÇAIS / FRANCÉS B

Standard Level / Niveau Moyen (Option Moyenne) / Nivel Medio

Monday 10 May 1999 (morning) / Lundi 10 mai 1999 (matin) / Lunes 10 de mayo de 1999 (mañana)

Paper / Épreuve / Prueba 1

1h 30m

A

Candidate name/nom du candidat/nombre del candidato:	Number/numéro/número:								
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 12.5%; height: 20px;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> </tr> </table>								
<p>INSTRUCTIONS TO CANDIDATES</p> <p>Write your candidate name and number in the boxes above. Do NOT open this examination paper until instructed to do so. This examination paper consists of a series of texts each followed by a number of tasks. One mark is allocated per question unless otherwise indicated. Answer ALL the questions in the spaces provided.</p> <p>INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS</p> <p>Écrire votre nom et numéro de candidat dans les cases ci-dessus. NE PAS OUVRIR cette épreuve avant d'y être autorisé. Cette épreuve comporte plusieurs textes suivis chacun d'une série d'exercices. Un point par question sauf indication contraire. Répondre à TOUTES les questions dans les espaces prévus à cet effet.</p> <p>INSTRUCCIONES PARA LOS CANDIDATOS</p> <p>Escriba su nombre y número de candidato en las casillas de arriba. NO ABRA esta prueba hasta que se lo autoricen. Esta prueba consta de varios textos seguidos de una serie de ejercicios. Cada pregunta tiene un valor de un punto, a menos que se indique algo distinto. Conteste TODAS las preguntas en los espacios facilitados.</p>									

B

QUESTIONS ANSWERED QUESTIONS CHOISIES PREGUNTAS CONTESTADAS
ALL / TOUTES / TODAS

C

EXAMINER EXAMINATEUR EXAMINADOR	MODERATOR MODÉRATEUR MODERADOR
/50	/50

D

IBCA
/50

TEXTE A

LES SÉJOURS-SKI AU BANC D'ESSAI

Bientôt la neige! Si vous piochez dans nos idées, vous partirez pour des vacances de découverte, de frisson et d'exploit, à petits prix, hors des pistes battues.

Où	Quoi	Combien	Avantages	Attention	Contact
Pyrénées-Luchon	Une randonnée en raquettes à neige	120 F par personne (réduction groupe à partir de 6 personnes)	On peut terminer la journée à l'espace Forme des thermes	À partir de 15 ans	Vitaline : 05 61 79 22 97
Pyrénées-Piau Engaly	Ski de nuit (jusqu'à 21 h)	110 à 122 F par jour	L'éclairage de la piste fonctionne à l'énergie solaire	Par mauvais temps on ferme à 17 h	Maison du Tourisme : 05 62 39 61 69
Pyrénées-Les-Angles	Une semaine "Fun" sur les pistes de "Surf Park"	Entre 3 740 et 3 940 F	Tout compris	Pour les passionnés de surf uniquement	UFCV : 01 45 65 27 00
Drôme-Vercors	Ski de randonnée, traîneaux et chiens pour une traversée du plateau du Vercors	3 300 F pour 7 jours tout compris.	La nature, les veillées en refuge...	Pour les 14/17 ans	UFCV : 01 45 65 17 00
Vosges-Gérardmer	Traversée du massif des Vosges en ski de randonnée	2 590 F la semaine tout compris	Découverte des lacs, des forêts avec un accompagnateur de moyenne montagne, hébergement et repas en gîte ou auberge	Bonne condition physique requise	Montagne Evasion : 03 29 63 17 50
Hautes-Alpes-Risoul	"Ruisseling" : randonnée sur torrent gelé	200 F la journée	Encadrement par guide de haute montagne, crampons et piolets fournis	Emporter son casse-croûte	Max Imbert : 04 92 45 25 99
Hautes-Alpes-Vars	Noël aux "Championnats de France"	Du 21 au 25-12 : 1 300 F par personne	Le prix comprend l'hébergement, les remontées, l'accès aux stades de compétition	À réserver très rapidement	Maison de la Savoie : 01 42 61 74 73
Savoie-Flumet	Soirées "Tipiques" : sous le tipi, dîner savoyard, contes et musique	90 F la soirée	Ambiance garantie, au milieu de la forêt	Des tas d'autres activités dans la station	IVO : 04 79 31 65 28

Indiquez dans la case de droite la réponse choisie par une lettre.

1. Dans l'expression "Si vous piochez dans nos idées", "piocher" veut dire

- A. donner des coups de pioche.
- B. frapper l'imagination.
- C. choisir dans les renseignements donnés.
- D. emprunter des pistes avec nos pioches.

2. L'expression "hors des pistes battues" veut dire

- A. sur des pistes endommagées.
- B. sur des chemins bien connus.
- C. dans des stations populaires.
- D. dans des endroits peu fréquentés.

Répondez aux questions suivantes à l'emplacement prévu à cet effet.

3. Si vous êtes particulièrement préoccupé par l'économie des ressources naturelles, où irez-vous ?

.....

4. Vous devrez vous décider très à l'avance pour une station particulière. Laquelle ?

.....

5. Pour quelle station devez-vous être en très bonne forme ?

.....

6. Où sera-t-il avantageux d'aller si vous êtes très nombreux ?

.....

OPEN HERE

OUVRIR ICI

ABRIR AQUÍ

TEXTE B

Le pays du "shake-hand"

(1) Pour les Français—et pour beaucoup d'autres peuples—le pays du "shake-hand", c'est l'Angleterre. En vérité, si le vigoureux shake-hand anglais est une image chère aux romans policiers français qui se déroulent en Angleterre pour faire plus vrai, le pays de la poignée de main, c'est la France.

(2) Un statisticien dont les calculs m'inspirent la plus grande confiance, car il n'appartient à aucun institut de statistique a calculé qu'un Français de moyenne importance passe (environ) trente minutes par jour, soit plus d'une année d'une vie de soixante ans, à serrer des mains à neuf heures, à midi, à deux heures, à six heures. Cela, bien entendu, sans parler des mains des gens qu'il ne connaît pas, des visiteurs, des parents, des amis, ce qui sans doute porterait le total annuel à trois semaines de poignées de main et, pour la vie, à trois années.

(3) Pour en revenir à la poignée de main, qui est chez les Anglais à peu près standardisée depuis mille ans, elle possède chez les Français de nombreuses nuances : elle peut être chaleureuse, amicale, condescendante, froide, fuyante, sèche. Il y en a qui estiment n'avoir serré une main qu'après vous avoir broyé les doigts. D'autres conservent votre main comme s'ils ne voulaient plus vous la rendre, et s'en servent pour appuyer leur raisonnement avant de tout laisser tomber. Il en est qui vous mettent votre main au chaud entre les leurs. Il y en a qui, au contraire, semblent vous glisser un pannequet* tout tiède et mou dans la paume, ce qui est désagréable. D'autres ne donnent que trois doigts, deux doigts, ou le bout d'un seul. N'importe : ils donnent quelque chose, on doit le prendre. Je vois souvent des Français faire des prodiges d'équilibre et d'acrobatie en plein milieu d'un boulevard sillonné de voitures pour faire passer dans la main gauche ce qu'ils ont dans la main droite et, au risque de se faire cent fois écraser, donner leur dextre à une personne qui les laissera en général indifférents, mais parfois morts.

(4) Lorsqu'un étranger vit longtemps en France, il prend vite l'habitude de serrer toutes les mains qui sont à portée de la sienne. De sorte qu'aujourd'hui, quand je retourne en Angleterre, mon avant-bras reste machinalement tendu dans le vide. Mes compatriotes ne savent qu'en faire. Dommage car, s'il est aisé de tendre une main, il est beaucoup plus gênant de la retirer quand personne n'en veut.

D'après Pierre Daninos.

* Crêpe faite de lait, d'œufs et de farine.

En vous basant sur le texte, complétez le texte suivant.

Il semble bien [X] les Anglais serrent la main [7] les Français. [8] les calculs d'un statisticien amateur, le Français moyen passe [9] temps à serrer des mains : [10] une demi-heure par jour, c'est à dire [11] 365 jours d'une vie de longueur moyenne. Pour un Anglais c'est plutôt [12] que pas [13].

- | | | | |
|-------------|-----------|----------|-------|
| à peu près | moins | plus | qui |
| assez | moins de | plus de | selon |
| beaucoup de | moins que | plus que | trop |
| beaucoup du | peu de | que | |

Exemple: [X] que

- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.

Vous avez des débuts de phrases à gauche et des fins possibles à droite. En vous basant sur le texte, remettez ensemble chaque début avec la fin qui lui correspond. ATTENTION : il y a davantage de fins que de débuts et chaque fin ne peut servir qu'une seule fois.

- | | |
|--|--|
| <p>14. <input type="checkbox"/> Pour renforcer l'argumentation, le Français moyen ...</p> <p>15. <input type="checkbox"/> La poignée de main molle c'est celle ...</p> <p>16. <input type="checkbox"/> Dans la rue, pour saluer, le Français moyen ...</p> | <p>A est prêt à tuer son voisin.</p> <p>B brise les doigts.</p> <p>C qui donne une impression agréable.</p> <p>D garde la main et la secoue.</p> <p>E dont l'auteur voit le risque.</p> <p>F donne 2 ou 3 doigts.</p> <p>G qui est comme une crêpe dans la main.</p> <p>H vous laisse mort sur la route.</p> <p>I risquera sa vie.</p> |
|--|--|

Complétez les phrases suivantes ou bien indiquez dans la case de droite la réponse choisie par une lettre.

17. Quel titre correspondrait le mieux au sens du troisième paragraphe.

- A. Des stéréotypes et de la réalité.
- B. Quelques statistiques instructives en France.
- C. Moments embarrassants lorsqu'on retourne au pays.
- D. Variété des styles de serrement de main.

18. Quand un Anglais vient en France, il doit

.....(2 points)

19. Mais il sera embarrassé quand (2 points)

20. Le ton de cet article est

- A. philosophique.
- B. lyrique.
- C. humoristique.
- D. dramatique.

TEXTE C

Le second souffle.

PAR ZYAD LIMAM

Le tourisme est devenu l'une des principales industries mondiales. En 1994, près de 530 millions de personnes ont effectué un voyage, c'est-à-dire *grosso modo*¹ un être humain sur dix ! Un bon tiers de ces voyageurs s'est rendu dans le bassin méditerranéen. 40 millions ont visité l'Espagne, 10 millions la Grèce et... 4 millions la Tunisie. Ce petit pays, au coin de l'Afrique et de la Méditerranée, face à l'Europe, est devenu en moins de trente ans une destination touristique à part entière. Les vieux routiers du tourisme, la voix vibrante d'émotion, vous raconteront qu'en 1960, il n'y avait rien ou presque, à peine 4 000 lits, et qu'en 1962, le chiffre extraordinaire de 52 000 touristes avait été atteint...

Aujourd'hui, avec quatre millions de visiteurs et 150 000 lits, le tourisme est loin d'être une activité saturée. C'est un secteur important de l'économie nationale, sans être crucial. La contribution du tourisme à la formation brute de capital fixe n'a été que de 8,7% pour 1994. La valeur ajoutée du secteur ne représente que 4,2% du produit intérieur brut. Et le marché est en pleine expansion. La Méditerranée, selon la plupart des experts, restera un des points forts du tourisme mondial. La côte tunisienne reste largement préservée (110 km engagés sur un total de 1200 km) et l'on commence à peine à exploiter les richesses de l'intérieur. Bref, pour la Tunisie, le doublement de la demande paraît certain à l'horizon 2025. À cette époque, on pourra compter 8 à 10 millions de visiteurs par an. Cette projection réaliste suppose la construction de 200 000 lits

40 supplémentaires.

Le potentiel existe, mais les obstacles sont nombreux. Chaque pays, et tout particulièrement la Tunisie, devra s'adapter à un marché mondial en profonde mutation. La concurrence acharnée entre destinations et la baisse spectaculaire des tarifs aériens ont bouleversé les données. Aujourd'hui, on peut se rendre à l'autre bout de la planète au même prix ou presque que si l'on allait en Tunisie. Le voyageur lui-même est en train de changer. Il ne veut plus bronzer idiot. Les vacances se fractionnent sur l'année. Il veut un contact avec le pays qu'il découvre. Il veut voyager intelligent.

Dans ce contexte extrêmement compétitif, la Tunisie doit donc adapter son produit, lui donner une particularité. Premier objectif, la diversité. Le balnéaire, la plage ne suffiront plus à attirer la clientèle. À la couleur bleue de la mer doit venir s'ajouter l'ocre du désert ou le vert de la montagne. Au *farniente*² du bronzage, il faut ajouter le sport, la culture, la découverte. Deuxième objectif, la qualité. Pour survivre à la guerre internationale des prix qui s'annonce, les opérateurs tunisiens devront privilégier l'accueil, le service, les prestations. Les investissements doivent s'orienter en partie vers des réalisations haut de gamme. Pour maintenir les prix, il faudra séduire. Trente ans après ses débuts, le tourisme tunisien prend son second souffle. ■

¹ *grosso modo* : en gros, sans entrer dans le détail

² *farniente* : douce oisiveté

Retrouvez dans la première partie du texte les mots clés dont le sens vous est donné ci-dessous.

- 21. encombrée :
- 22. fondamental :
- 23. développement :
- 24. prévision :
- 25. ensemble des capacités :
- 26. difficultés rencontrées :
- 27. rivalité d'intérêts :

Répondez aux questions suivantes à l'emplacement prévu à cet effet ou bien indiquez dans la case de droite la réponse choisie par une lettre.

28. La phrase "À la couleur bleue de la mer doit venir s'ajouter l'ocre du désert ou le vert de la montagne" (l. 63) implique que
- A. la Tunisie est un pays très coloré.
 - B. les couleurs du drapeau tunisien sont bleu, ocre et vert.
 - C. le tourisme ne doit pas se limiter à la plage.
 - D. le tourisme tunisien est en expansion.

29. Quels sont les deux objectifs que doit se fixer l'industrie touristique tunisienne pour réussir ? (2 points)
- (a).....
- (b).....

30. Pour réussir, l'industrie touristique doit tout miser sur les réalisations de grand luxe.
- VRAI FAUX Cochez [✓] la bonne réponse.

31. Après avoir lu le texte en entier, dites laquelle des 4 propositions suivantes est la meilleure pour expliquer le sens du titre :
- A. Le tourisme tunisien s'essouffle une deuxième fois.
 - B. Un air d'euphorie souffle sur la Tunisie.
 - C. Le tourisme tunisien n'évolue pas.
 - D. Le tourisme tunisien prend un nouveau départ.

Dans le paragraphe suivant, ajoutez les mots qui manquent et que vous choisirez dans la liste proposée. Un exemple vous est donné.

ATTENTION : il y a plus de mots que d'espaces et chaque mot ne peut être utilisé qu'une fois.

Il y [X] trente ans le tourisme tunisien [32] des débuts modestes. Aujourd'hui ce secteur croît progressivement sans pour autant [33] saturé. [34], la Méditerranée demeurera un pôle d'attraction important. [35] réussir à doubler sa présente capacité le tourisme tunisien aura à adapter sa politique. Le voyageur du second millénaire [36] où on lui proposera des vacances intelligentes.

- | | | |
|------------|-------------|------|
| <i>a</i> | connaissait | être |
| à l'avenir | connaîtra | est |
| allait | en | ira |
| allant | étant | pour |
| autrefois | | |

Exemple : X *a*

32.

33.

34.

35.

36.



TEXTE D

EUROPE ■ Publicité

LA PUB VA POUVOIR COMPARER LES PRODUITS

Dans la plupart des pays d'Europe, la publicité ne pouvait pas comparer les produits entre eux. Une loi européenne va bientôt l'autoriser.

“**F**aites vos courses chez Aupré, c'est moins cher que chez Miniprix", voilà le genre de publicité que l'on ne peut pas voir en France. Aux États-Unis, ce type de slogan, appelé publicité comparative, entre marques, entre magasins, ou entre services, est monnaie courante.

▲
**Une meilleure
information**
▼

En Europe, les industriels n'aiment pas beaucoup voir citer leurs marques dans la publicité des concurrents. Les organisations de consommateurs défendent, elles, cette publicité qui contribue à une meilleure information des clients, puisque chaque fabricant en profite pour tester les produits de ses concurrents afin d'en déceler les imperfections. Ces organisations ont obtenu satisfaction dans certains pays. C'est le cas en Grande-Bretagne, au Danemark, en Finlande, au Portugal.

En Allemagne, en Belgique, au Luxembourg, en Grèce, comparer les marques demeure interdit. En France, où en principe la publicité comparative est autorisée par la loi depuis 1992, de nombreux procès ont été intentés lorsqu'une publicité pour un produit en mentionnait un autre. En effet, les différents articles de la loi restreignent les comparaisons réelles.

Les ministres de la Consommation

de l'Union européenne souhaitent pourtant faire avancer la protection et l'information des 350 millions de consommateurs européens, et préparent une législation commune. Chaque pays devra ensuite adapter ses propres lois à la nouvelle réglementation. Le texte doit être présenté au Parlement européen à Strasbourg. Son application, à moins d'un rejet par ce Parlement, devrait intervenir avant la fin de 1999. ■



Chacune des phrases suivantes résume un passage du texte. Remettez les phrases dans l'ordre dans lequel elles apparaissent dans le texte

- | | | | |
|-----|-----------------------------------|---|---|
| 37. | 1 ^{er} paragraphe | A | En France la publicité comparative est légale en principe. |
| 38. | 2 ^{ème} paragraphe | B | Certains organismes de défense des consommateurs en Europe ont obtenu que la pub nomme les marques. |
| 39. | 3 ^{ème} paragraphe | C | En France la publicité comparative nominale ne se pratique pas. |
| 40. | 4 ^{ème} paragraphe | D | L'Union européenne prépare une loi pour protéger les consommateurs. |

41. Aux États-Unis le slogan comparatif est une exception.

VRAI

FAUX

Cochez [✓] la bonne réponse.

Répondez aux questions suivantes à l'emplacement prévu à cet effet, ou bien indiquez dans la case de droite la réponse choisie par une lettre.

42. "Déceler" au paragraphe 2, signifie

- A. ralentir.
- B. cacher.
- C. découvrir.
- D. combattre.

43. Quelle expression du troisième paragraphe signifie "théoriquement" ?

.....

44. Beaucoup de procès ont été intentés en France après 1992 parce qu'en fait la loi

..... (2 points)

45. On espère, pour assurer la protection du consommateur européen que le texte législatif

.....avant la fin de 1999. (2 points)