



ATOUT+3

Le concours d'entrée en Bachelor

Terminales ou titulaires d'un Bac
Intégrez une Grande École de Commerce
et décrochez votre Bachelor en 3 ans



ÉPREUVES ÉCRITES
GRATUITES
POUR LES BOURSIERS

1 CONCOURS, 10 ÉCOLES

Passerelle pour des Bachelors Grande École



www.concours-atoutplus3.com



SÉRIE « ANNALES »

ANNALES ATOOUT+3

CONCOURS 2012

**SUJETS ET
CORRIGÉS OFFICIELS**



Sommaire

LES ÉCOLES **ATOUT+3** SE PRÉSENTENT

ÉCOLE ATLANTIQUE DE COMMERCE – NANTES AUDENCIA GROUP	6
ÉCOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE	7
ÉCOLE DE MANAGEMENT DE STRASBOURG	8
ESC SAINT ETIENNE	9
GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT	10
GROUPE ESC DIJON BOURGOGNE	11
GROUPE ESC PAU	12
GROUPE SUP DE CO LA ROCHELLE	13
NOVANCIA BUSINESS SCHOOL PARIS	14
TÉLÉCOM ECOLE DE MANAGEMENT	15

PRÉSENTATION DU CONCOURS ATOUT+3	18
---	----

SESSION 1

ÉPREUVES COMMUNES

• SYNTHÈSE DE DOSSIER	33
• ANGLAIS	57
• RAISONNEMENT LOGIQUE	62

ÉPREUVES AU CHOIX

• ESPAGNOL	67
• ALLEMAND	70
• CHINOIS	73
• ITALIEN	76

SESSION 2**ÉPREUVES COMMUNES**

• SYNTHÈSE DE DOSSIER	81
• ANGLAIS	107
• RAISONNEMENT LOGIQUE	112

ÉPREUVES AU CHOIX

• ESPAGNOL	117
• ALLEMAND	120
• CHINOIS	123
• ITALIEN	127

OBJECTIFS DES ÉPREUVES	132
-------------------------------	------------

LES ÉCOLES D'ATOUT+3

ÉCOLE ATLANTIQUE DE COMMERCE – NANTES AUDENCIA GROUP

ÉCOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE

ÉCOLE DE MANAGEMENT DE STRASBOURG

ESC SAINT ETIENNE

GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT

GROUPE ESC DIJON BOURGOGNE

GROUPE ESC PAU

GROUPE SUP DE Co LA ROCHELLE

NOVANCIA BUSINESS SCHOOL PARIS

TÉLÉCOM ECOLE DE MANAGEMENT

Ces 10 écoles proposent toutes un programme Bachelor en 3 ans après le Baccalauréat auquel le concours Atout+3 permet d'accéder.



ÉCOLE ATLANTIQUE

DE COMMERCE – NANTES

AUDENCIA GROUP

4 rue Bisson

BP 90517

44105 Nantes cedex 4

Tél. : 02 40 44 42 00

E-mail :

info.candidat@ecoleatlantique.com

L'ÉCOLE

Date de création : 1981

Statut : Association

Visa et labels : Diplôme visé BAC +3
par le Ministère de l'Éducation nationale

Directeur : Guy Gascoin

Directeur des études : Anne Cordesse

INTERNATIONAL

- Une culture internationale : Modules d'économie internationale, de géopolitique, d'achats internationaux, de techniques administratives d'export... Apprendre la langue des affaires et s'imprégner des cultures et des civilisations. Cours dispensés en langue anglaise dès la première année.
- Un enseignement moderne et vivant des langues : une équipe internationale expérimentée et disponible. Comprendre pour apprendre : enseigner la langue en contexte, pratiquer en petits groupes, accentuer la pratique orale pour une meilleure autonomie et renforcer la confiance en soi... Séminaire langues et Développement durable - Séminaire tourisme LV2.
- Des moyens riches et individualisés : Coaching individuel. Laboratoire multimedia de langues - E-learning. En option : préparation TOEFL pour les étudiants de 1^{ère} année et au TOEIC pour les étudiants de 3^e année.
- Travailler depuis l'étranger : Un stage d'expatriation dès la 1^{ère} année pour développer sa capacité d'adaptation, renforcer ses capacités à communiquer en milieu professionnel dans une langue étrangère, découvrir un environnement culturel différent. Parcours national en 2^e année : la possibilité d'un semestre d'études à l'étranger au sein de l'une de nos universités partenaires.
- Des choix « internationaux » possibles tout au long du cursus : Effectuer l'ensemble de ses stages à l'étranger / Choisir des électifs en rapport avec l'international : Etude de Potentiel à l'International (EPAI) en 2^e année / Travailler avec l'étranger en intégrant une filière métier à forte dimension internationale.

www.ecoleatlantique.com

SPÉCIFICITÉS

Une pédagogie de l'action :

Un cycle de formation épanouissant et enrichissant.

La construction d'un projet professionnel cohérent avec sa personnalité et les besoins des entreprises.

Au terme des 3 ans, une année cumulée d'expérience en entreprise.

Un diplôme de valeur validant des connaissances académiques et des compétences professionnelles.

3 années de formation pour un emploi ou une poursuite d'études.

Former des professionnels opérationnels et évolutifs.

1^{re} année :

Les fondamentaux – préparer à recevoir les enseignements techniques et à les mobiliser en situation professionnelle.

2^e année :

Consolider et s'Orienter – 2 parcours au choix :
- Parcours International : semestre d'études en université partenaire et stage opérationnel.
- Parcours corporate : stage opérationnel et projet personnel.

3^e année :

Maîtriser et se professionnaliser dans les domaines marketing, commercial, international ou création d'entreprise.

Cinq filières métiers au choix : Développement International, Marketing Communication, Entrepreneurat, Management Commercial, et Marketing Management (cursus 100% anglophone dispensé à l'Université de Westminster à Londres).

Une école à taille humaine : le choix stratégique de mettre l'ensemble de nos moyens pédagogiques et humains au service du développement personnel et professionnel de chacun de nos étudiants.

ÉCOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE



Campus du Havre :
30 rue de Richelieu
76087 Le Havre Cedex
Tél. : 02 32 92 59 99
Email : info@em-normandie.fr
www.em-normandie.fr

L'ÉCOLE

Date de création : 1871 (Ecole)
2008 (Programme Bachelor)
Statut : association loi 1901
Visa et labels : Diplôme visé Bac +3
par le Ministère de l'Éducation Nationale
Membre : Chapitre des Écoles de Management
de la Conférence des Grandes Écoles, Polytechnicum de Normandie, FNEGE, Campus France,
et réseaux internationaux EMBS, EFMD, AACSB
Membre actif : UGEI
Directeur général : Jean-Guy Bernard
Directeur général adjoint :
Jean-Christophe Hauguel
Responsable programme : Christophe Thouvenot
Responsable concours : Valérie Collange

INTERNATIONAL

Donnez une forte orientation internationale à votre cursus grâce à des opportunités « à la carte ».

- Une année d'études à l'étranger en université partenaire.
- 5 à 8 mois de stage dans des entreprises internationales, en France ou à l'étranger.
- Cours de langues dispensés majoritairement par des professeurs natifs avec suivi personnalisé des étudiants.
- 9 langues au choix en LV2 et LV3, sous réserve d'un nombre minimum d'inscrits.
- Cours de culture générale, de civilisation et de management multiculturel.
- Jusqu'à 50 % de cours enseignés en anglais.
- Deux modules de spécialisation enseignés intégralement en anglais en 3^e année.
- Présence d'étudiants d'échange dans chaque année du cursus.

Le programme résolument multiculturel favorise le développement de vos capacités d'adaptation, élément indispensable pour votre future vie professionnelle.

www.em-normandie.fr

SPÉCIFICITÉS

Le Bachelor en Management International forme des cadres opérationnels dans les secteurs du marketing international, de la logistique et du tourisme. Ce cursus, généraliste et professionnalisant, intègre une forte dimension internationale.

1^{re} année : Découvrir l'entreprise

Étudiez les fondamentaux en gestion (marketing, comportement du consommateur, droit des affaires, fiscalité, communication, économie...) et maîtrisez les outils linguistiques, culturels et professionnels nécessaires pour une bonne intégration à l'étranger.

2^e année : Acquérir une expérience à l'international

Passez 2 semestres dans une des universités partenaires de l'EM Normandie.

3^e année : Adapter son parcours à ses envies

Choisissez l'un des 3 modules proposés à l'EM Normandie :

- **International Business :** enseigné 100 % en anglais, vous étudiez tous les aspects du marketing : marketing des services, comportement du consommateur, distribution, communication...

Débouchés : Chef de Secteur, Assistant Chef de Produit...

- **Logistique internationale :** découvrez l'ensemble de la chaîne logistique, de l'approvisionnement à la gestion des stocks en passant par les principaux modes de transports pour l'ensemble des secteurs d'activité.

Débouchés : Responsable des Achats, Responsable Logistique, Responsable Commercial Export...

- **Tourism :** enseigné en anglais, ce module répond aux besoins des acteurs de la filière en traitant différentes problématiques du tourisme et des loisirs : valorisation du patrimoine culturel, développement d'activités touristiques, organisation de séjours...

Débouchés : Yield Manager, Chargé de mission Tourisme...

À l'issue de vos 3 années d'études, vous disposez de toutes les clés pour intégrer le marché du travail ou poursuivre vos études en Master, au sein d'une grande école de management ou en université, en France ou à l'étranger.

Des promotions à taille humaine

Tout au long de votre parcours, les responsables du programme et les professeurs sont à vos côtés pour vous accompagner et vous permettre de vous épanouir.



EM STRASBOURG

61, avenue de la Forêt Noire

67085 Strasbourg Cedex

Tél. : 03 68 85 80 00

E-mail : jessica.broggini@em-strasbourg.eu

L'ÉCOLE

Date de création : 2007, après la fusion entre l'IECS (créé en 1919) et l'IAE de Strasbourg.

Statut : Ecole de commerce au sein d'un pôle universitaire d'excellence (Université de Strasbourg). Membre de la Conférence des Grandes Écoles et du Chapitre des Ecoles de Management.

Visa et labels : Label Diversité, accréditation EPAS (Programme Grande Ecole), Certification Qualicert. Membre de l'EFMD, d'AACSB, de l'AFMD et membre fondateur du réseau Hermès (cursus doubles-diplômes). Signataire du Pacte Mondial des Nations Unies Global Compact.

Directrice générale : Isabelle Barth

Responsable programme : Didier Wehrli

Responsable Concours et Promotion :

Jessica Brogginini

INTERNATIONAL

1^{ère} année : un séjour de 3 mois a lieu dès le 2^e trimestre du cursus. Les étudiants sont ainsi immédiatement immergés au cœur d'un pays étranger et de sa culture. Ce premier séjour est également une expérience concrète et riche de la vie quotidienne en autonomie dans un nouveau pays.

2^e année : deux parcours au choix : « monde germanique » ou « monde anglo-saxon » avec cours optionnels de management international.

3^e année : elle forme des spécialistes capables de piloter le développement transfrontalier et de déployer des compétences opérationnelles de management, marketing et organisation. Possibilité d'un séjour académique d'un semestre (échange simple) ou d'une année complète (double diplôme) au sein d'une université partenaire à l'étranger.

www.em-strasbourg.eu

SPÉCIFICITÉS

La seule Business School universitaire en France

Le modèle de l'EM Strasbourg, calqué sur les références internationales, lui permet de combiner les apports académiques et le soutien de l'université tout en s'appuyant sur ses partenaires consulaires, les collectivités locales, de son réseau de 176 entreprises partenaires et de 15 000 diplômés.

Elle a pour ambition de former des managers capables de donner du sens à leurs actions, dans le respect de la conciliation de leur vie professionnelle et de leur vie personnelle. Elle forme des étudiants désireux de prendre de la distance avec les représentations stéréotypées du management et soucieux de valeurs essentielles pour de futurs managers : le développement durable, l'éthique et la diversité.

Sa dimension internationale constitue l'élément d'identité qui la différencie des autres écoles. Une tradition forte pour laquelle elle est régulièrement reconnue par les médias parmi les meilleures grandes écoles en France.

Carrefour de rencontre en perpétuelle effervescence, l'EM Strasbourg est à l'image de la ville de Strasbourg dont elle épouse le rythme et l'ambition internationale.

Bachelor Affaires internationales

Ce programme propose un enseignement académique et opérationnel de haut niveau couvrant les principaux champs du management en entreprise. Le Bachelor peut constituer la première étape d'un parcours de formation en 5 ans. Pour les étudiants qui le souhaitent, il permet également une entrée directe sur le marché du travail à des postes opérationnels à dimension internationale.

- un diplôme d'université reconnu
- un programme global en gestion, management et marketing-vente
- l'expérience de l'international dès la première année
- un corps professoral académique et professionnalisé
- un épanouissement personnel grâce à des projets et des stages concrets
- un encadrement individualisé
- une forte demande des employeurs en futurs managers commerciaux à bac+3
- un tremplin efficace pour préparer son entrée en Master Grande école

L'ÉCOLE

Date de création : 1963

Statut : Établissement consulaire

Visa et labels : Diplôme visé Bac+3.

Membre de la Conférence des Grandes Écoles,
du Chapitre des Écoles de Management,
de l'EFMD (Eligible EPAS), de l'AACSB, Campus
France, l'AGERA.

Signataire de la charte Socrates, ERASMUS.

Directeur : Philippe Hurdebourcq

Responsable du programme Bachelor MCI
(Management Commercial et International) :
Frédéric Faure

Responsable Concours et Admissions :
Jan-Aurélien Scozzesi Saint-Lager

INTERNATIONAL

- Accords internationaux :
 - 50 universités partenaires dans plus de 20 pays
 - 3 campus en Chine, en Algérie et au Maroc
 - 25 % d'étudiants étrangers
 - 34 % d'enseignants permanents de nationalité étrangère
- Et, pour le parcours International en particulier :
 - 6 à 9 mois de stages en entreprise à l'étranger
 - 2/3 des cours en anglais
 - 50 % de la scolarité à l'étranger
 - validation d'un double diplôme (diplôme français visé + diplôme de l'université étrangère).

EXPÉRIENCE DE L'ENTREPRISE

9 mois minimum de stage en entreprise en France ou à l'étranger.

www.esc-saint-etienne.fr

SPÉCIFICITÉS

L'ESC Saint-Etienne vise à former de futurs managers opérationnels, fortement centrés sur l'entrepreneuriat et le développement des affaires, au niveau national et international.

Dans ce contexte, le Bachelor MCI prépare, en 3 ans post-bac, à l'exercice des métiers de Management Commercial en France ou à l'international.

Ce programme offre de nombreux atouts :

- La possibilité d'effectuer 50% de votre cursus à l'étranger sous forme de séjours d'échanges universitaires ou de stages en entreprises.
- L'opportunité de construire votre parcours professionnalisant grâce à un dispositif original, PEPITES, animé par une équipe de coachs professionnels.
- Un niveau élevé de professionnalisation grâce aux nombreux stages en entreprise facilités notamment par le réseau des entreprises partenaires de l'école.
- L'opportunité de vivre et de faire vos études dans une Grande École bénéficiant d'un environnement de qualité, avec un large public étudiant, de Bac à Bac+6.
- A l'issue du programme, la possibilité d'entrer dans la vie professionnelle ou de poursuivre vos études, notamment le Programme Grande École de l'ESC Saint-Etienne, via le concours Passerelle.

Organisation du cursus

Après une 1^{ère} année consacrée à l'acquisition des fondamentaux du management et du commerce, 2 options sont proposées : **le parcours Business** ou le **parcours International**.

- Les + du parcours Business :

- > 1/3 des cours en anglais
- > 1/3 du cursus en stages en entreprises
- > un diplôme à forte reconnaissance professionnelle

- Les + du parcours International :

- > 2/3 des cours en anglais
- > 1/2 de la scolarité effectuée à l'étranger
- > un double diplôme reconnu en France et à l'étranger.

Financement

Chaque année, l'ESC Saint-Etienne attribue, sur critères sociaux et sur critères liés au mérite, des bourses d'aide au financement des frais de scolarité. Les droits d'inscription à l'école comprennent une assurance permettant le remboursement des frais de scolarité à la suite d'un certain nombre de sinistres affectant l'étudiant.

L'ESC Saint-Etienne propose le paiement des frais de scolarité en 9 échéances.



GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT

12, rue Pierre Sémard
BP 127
38003 Grenoble Cedex 01
Tél. : 04 76 70 60 60
E-mail : info@grenoble-em.com

L'ECOLE

Date de création : 1984

Statut : Établissement Consulaire – Chambre de Commerce et Industrie

Visa et labels : Conférence des Grandes Écoles, AMBA, AACSB, EQUIS.

Directeur Grenoble School of Business :

Judith Bouvard

Directeur délégué : Julie Martin

Responsable programme : José Gotzsch

Responsable Concours : Martine Favre-Nicolin

INTERNATIONAL

Rejoignez un Bachelor entièrement dispensé en anglais au sein de Grenoble Graduate School of Business, l'école internationale de Grenoble Ecole de Management, école triple accréditée. Ce programme attire chaque année près de 25 nationalités. Il a été créé pour développer des connaissances dans les domaines des affaires et du commerce international.

APPRENTISSAGE

Cette formation en 3 ans offre une vision généraliste du management : communication, marketing, finance, et droit des affaires, avec la possibilité de choisir une majeure en 3e année. Le diplôme est délivré par Grenoble Graduate School of Business, école internationale et multi-sites de Grenoble Ecole de Management, régulièrement classée parmi les meilleures écoles européennes dans le Financial Times. Les étudiants en 3e année ont l'opportunité de partir un semestre dans une institution partenaire à l'étranger.

www.grenoble-em.com/bib

SPÉCIFICITÉS

Ecole triple accréditée

Programme entièrement dispensé en anglais

Stage de 6 semaines obligatoire durant le programme

Possibilité de choisir une majeure spécialisée en 3e année

Possibilité de mobilité dans un programme partenaire à l'étranger en 3e année.

Population multiculturelle

GROUPE ESC DIJON BOURGOGNE

29 Rue Sambin
BP 50608

21006 DIJON Cedex

Tél. : 0 380 725 884

E-mail : escdijon@escdijon.eu

L'ÉCOLE

Date de création : 1994

Statut : Consulaire

Visa et labels : Diplôme BAC+3 visé par le

Ministère de l'Éducation Nationale,

Membre de la Conférence des Grandes Ecoles

et du Chapitre des Écoles de Management,

Membre de l'EFMD et de l'AACSB.

Appartenance au Groupe ESC Dijon Bourgogne

Directeur général : Stéphan Bourcieu

Responsable programme : Aleth Montuelle

Responsable Concours : Armelle Decrette

INTERNATIONAL

Dès la 1^{re} année, nos étudiants peuvent suivre la totalité de leurs cours en anglais en optant pour la filière anglophone.

Ils peuvent également bénéficier des possibilités de double diplôme (Oxford Brookes University...) ou de semestres d'études à l'étranger (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Italie, Slovaquie, Canada, USA, Mexique, Corée du Sud, Japon, Taiwan).

Des séminaires d'ouverture et de développement international sont proposés en 1^{re} et en 2^e année.

La présence en cours et sur le campus de plus de 450 étudiants internationaux favorise les échanges linguistiques et culturels.

Le programme est proposé à Lyon, filière anglophone uniquement.

APPRENTISSAGE

Les étudiants qui suivent la filière francophone ont l'opportunité d'effectuer leur dernière année en apprentissage. Cette alternance école-entreprise permet non seulement d'acquérir une expérience professionnelle solide mais également de réduire les frais de scolarité.

bachelor.escdijon.eu

SPÉCIFICITÉS

Une formation internationale proposée sur deux sites Dijon et Lyon.

Une formation au sein d'un grand Groupe :

Le Groupe ESC Dijon Bourgogne, fort de ses 110 années d'expérience parmi les meilleures Grandes Écoles, regroupe sur son campus de 10 000 m² situé au centre ville de Dijon, une dizaine de programmes d'enseignement supérieur : Bachelor, Master Grande École, Mastères Spécialisés, MSc...

1 750 élèves français et internationaux y étudient encadrés par 60 professeurs permanents et plus de 350 experts associés et bénéficient d'infrastructures de pointe :

- Médiathèque,
- Salles multimédias,
- Salle des marchés,
- Laboratoire d'économie expérimentale,
- Incubateur.

L'Espace Carrières reçoit de nombreuses offres par an d'entreprises françaises et internationales. Il accompagne et conseille chaque élève dans sa recherche de stage.

La Fédération des étudiants, à travers ses 27 projets associatifs répartis dans les domaines suivants : Entreprise, Média, Solidarité, Sport, Étudiant, Culture, contribue à l'épanouissement et au développement professionnel et personnel des élèves.

Financement : Bourses, Prêts bancaires, Stages, Apprentissage.

Logement :

Une liste répertoriant diverses possibilités de logement est à disposition des étudiants.

Association des Diplômés :

<http://www.reseaudi.com/>

Contact : Agnès Masson

(agnes.masson@escdijon.eu)

Contact Atout +3 :

Barbara Dautel Vermant : 0 380 725 884

barbara.dautel-vermant@escdijon.eu



GROUPE ESC PAU

Campus Universitaire
3, rue Saint John Perse - BP 7515
64075 Pau Cedex
Tél. : 05.59.92.33.03
Fax. : 05.59.92.64.34
E-mail : alexandra.bordes@esc-pau.fr

'ECOLE

Date de création : 1969

Statut : Consulaire

Visa et labels : Bachelor Groupe ESC Pau :

Diplôme visé par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche à Bac +3. Labellisé Bachelor Professionnel. Le programme Grande Ecole du Groupe ESC Pau est accrédité EPAS par l'EFMD ; Certifié ISO 9001 version 2008 ; Membre de la Conférence des Grandes Écoles et du Chapitre des Écoles de Management ; Membre de l'EFMD, de l'AACSB, du CLADEA.

Directeur général : Jean-Pierre Lahille

Directeur des Programmes : Stephen Platt

Responsable du Programme Bachelor :

Elisabeth Labro

Responsable Concours : Elisabeth Labro

Chargée de communication : Alexandra Bordes

INTERNATIONAL

- 12 à 15 étudiants pour les cours d'Anglais et d'Espagnol
- semestre académique en université à l'étranger
- International Bachelor Semester
- Spécialisation internationale en 3^e année : cours dédiés à l'international, Mission Export et stage de 5 mois à l'étranger
- double diplôme au sein d'une université partenaire
- Parcours Latino : + de 100 heures de cours, stage de vente en Espagne, semestre en Université partenaire en Espagne ou Amérique Latine, mission export marché espagnol, stage de 5 mois en Espagne ou en Amérique Latine.

ALTERNANCE

La 3^e année du Bachelor peut s'effectuer en alternance : spécialisations Relations Clients, Banque et Immobilier.

En contrat d'apprentissage, les droits de scolarité de 3^e année sont pris en charge totalement par l'entreprise et l'apprenti est rémunéré.

Les offres d'alternance sont proposées par l'Ecole.

www.esc-pau.fr

SPÉCIFICITÉS

Le Bachelor Management Relations Clients forme de futurs cadres opérationnels du Middle Management aux métiers de la Négociation, de la Gestion et de la Communication.

L'objectif pédagogique du programme est de proposer à l'étudiant un parcours individualisé en cohérence avec son projet personnel et professionnel. Il a le choix de ses stages et missions, de semestres académiques à l'étranger, de spécialisations métiers en alternance ou internationales en 3^e année... Pour l'aider à construire son parcours, l'étudiant bénéficie de l'accompagnement privilégié d'un professeur-conseiller.

L'environnement de la Grande Ecole de Management :

- Dimension internationale : de 12 semaines à 12 mois à l'étranger, stages, semestres, double diplôme, Parcours Latino, spécialisations internationales.
- Le parcours Latino est dédié à l'environnement hispanique (Stage de Vente en Espagne, semestre en Université partenaire en Espagne ou Amérique Latine, mission export marché espagnol, stage de 5 mois en Espagne etc.).
- Environnement professionnel : stages et missions, contrats en Alternance, réseau de 600 entreprises partenaires.
- Les offres de stages, en France ou à l'étranger, et alternances sont proposés par l'école.

Le programme se déroule en 3 ans :

1^{re} année : les fondements de la relation client

- Enseignements de tronc commun
- Stage de découverte de l'entreprise de 3 semaines
- Étude Marketing de 3 semaines
- Stage commercial de 10 semaines en France ou à l'étranger

2^e année : les enjeux de la relation client

- 1^{er} semestre : approfondissement
- 2^e semestre au choix :
- semestre en Université partenaire possible (suivi d'un stage à l'étranger optionnel) : véritable immersion culturelle, linguistique et professionnelle
- International Bachelor Semester qui mixe étudiants du Bachelor et étudiants étrangers dans un programme de cours en Anglais suivi d'un stage à l'étranger.

3^e année de spécialisation : le management de la relation client

Trois spécialisations au choix :

- Alternance : Relations Clients, Banque et Immobilier
- Internationale : cours dédiés à l'international, mission export et stage à l'étranger de 5 mois
- Année complète ou double diplôme en université partenaire.

GROUPE SUP DE CO LA ROCHELLE



Groupe Sup de Co
La Rochelle

102, rue de Coureilles
17024 La Rochelle cedex 01
Tél. : 05.46.51.77.70
E-mail : com@esc-larochelle.fr

L'ÉCOLE

Date de création : 1988

Statut : Consulaire

Visa et labels : ISO 9001, Eligible AACSB ;

Membre de la Conférence des Grandes Écoles ;

Visa Bac+3 ; Bachelor des CCI

Directeur du Groupe : Daniel Peyron

Responsable Concours : Christine Lorteau

Responsable admissions : Christine Lorteau

Création du programme Bachelor Business : 2005

Direction : Lucile Ouvrard

Nombres de places Atout+3 : 180

Diplômés 2012 : 126

2700 étudiants

26 nationalités

40 associations et clubs

96 universités partenaires à l'international

6000 diplômés en activité

INTERNATIONAL

- Cap Monde : dès la 1^{re} année et pour une durée de 2 à 3 mois, chaque étudiant réalise une immersion culturelle et linguistique.
- Expatriation académique : en 2^e ou 3^e année, l'étudiant peut choisir de suivre un trimestre de cours en Université partenaire.
- Humacité : une mission humanitaire, pour développer adaptabilité, humilité, connaissance de soi et sens des responsabilités. Une véritable valeur ajoutée sur un CV.
- Une Spécialisation Chargé d'Affaires Internationales (1/3 des cours en langue anglaise).
- Parcours professionnel européen : multiplication des expériences à l'international, management interculturel.
- Ouverture internationale (bourse d'excellence académique).
- TOEIC : condition de diplômabilité score 630/990.

APPRENTISSAGE

Possibilité de poursuite d'études au sein de l'ESC avec 12 à 18 mois d'apprentissage.

www.esc-larochelle.fr

SPÉCIFICITÉS

Véritable centre de développement professionnel et personnel, le Bachelor Business est basé sur une approche innovante se déclinant autour de 3 parti-pris pédagogiques clés :

- Le développement personnel : en complément des cours de culture contemporaine appliquée au Management (histoire des religions et des cultures, histoire sociale) de management interculturel, le Bachelor business a mis en place des cours de connaissance de soi, Théâtralisation de la vente, connaissance des métiers et développement de son réseau. Tous les étudiants bénéficient d'un suivi individuel dès la 1^{ère} année.
- L'entreprise au cœur de la formation : conférences métiers et secteurs d'activité, missions professionnelles, spécialisations métiers enseignées par des managers et en lien avec le marché de l'emploi, 4 stages d'une durée totale de 14 mois. Alternance possible en 3^{ème} année.
- Le parcours expérientiel au choix : mission humanitaire et citoyenne, semestre d'études à l'étranger, missions en entreprise, cursus double diplôme Licence/Bachelor.
- 7 spécialisations au choix, dont certaines en alternance : Chargé d'Affaires Internationales, Management et Ressources Humaines, Entrepreneurat, Chargé de Communication on-line, Marketing relationnel (alternance possible), Management commercial (alternance possible), Conseiller Banque-Assurance (alternance uniquement).
- Des passerelles inter-programmes : le Groupe Sup de Co La Rochelle est la plus importante école de Bachelors en France, et les étudiants ayant des doutes sur leur choix peuvent ainsi bénéficier de passerelles entre les 3 programmes Bachelor Business, Bachelor International et Bachelor en Management du Tourisme.
- Une préparation à la poursuite d'études : les étudiants du Programme qui optent pour la poursuite d'études bénéficient d'un séminaire de préparation à l'intégration du programme ESC ou du MBA Spécialisé (International, Développement Durable, Tourisme, Événementiel, Audit-Conseil, Stratégie).
- Une aide au financement : prêts bancaires sans caution, à taux préférentiels et remboursements différés, jobs étudiants, École cautionnaire, fonds de solidarité, programmes ERASMUS, SOCRATE, FACE, UFA.



NOVANCIA BUSINESS SCHOOL PARIS

CS 81560
3, rue Armand Moisant
75731 PARIS Cedex 15
Tél. : 01.55.65.44.88
E-mail : information@novancia.fr
Site : www.novancia.fr

'ECOLE

Date de création : 1863 (origine) - 2011 (fusion d'Advancia et Négocia)

Statut : Consulaire

Visa et labels : Diplômes visés à Bac +3 pour le Bachelor, à Bac+5 pour le Master-Grade de Master, par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Membre de la Conférence des Grandes Écoles, de l'AACSB, de l'EFMD.

Directeur général : Anne Stéfanini

Directeur des programmes et de la scolarité : Christian Chenel

Responsable Bachelor : Chantal Fouqué

Responsable information - admissions - concours : Valérie Bajda

INTERNATIONAL

Pour le Bachelor, Novancia développe une politique internationale sur mesure permettant aux étudiants de travailler en équipe pluriculturelle

- 79 universités partenaires dans le monde.
- Suivant les semestres, possibilité de suivre jusqu'à 100 % des cours en anglais.
- 9 langues étrangères enseignées (anglais, allemand, espagnol, italien, russe, arabe, chinois, japonais et portugais).
- 2 sont obligatoires et une 3^e optionnelle.
- Préparation au TOEIC et BULATS.
- 1^{re} année : séjour linguistique de 4 semaines ou stage de 8 semaines.
- Parcours Chine et Japon : connaissance approfondie de la culture et des réalités des affaires du pays.
- Nouveauté : parcours Brésil/
- Semestre d'études : Europe, Amérique du Nord, Amérique latine, Asie, Afrique et Australie.
- Double diplôme : Allemagne, Grande-Bretagne, Espagne, Suède, Mexique, Brésil ou Chine.
- Accueil d'étudiants et de professeurs étrangers
- ERASMUS et AMIE : des bourses pour faciliter l'expatriation

*Sous réserve d'un nombre de participants suffisant.

APPRENTISSAGE

Les deux premières années du Bachelor se déroulent en temps plein. La troisième année peut se faire en apprentissage au rythme d'une semaine en entreprise / une semaine à l'école.

www.novancia.fr

SPÉCIFICITÉS

Novancia est née de la fusion, en novembre 2011, d'Advancia et Négocia, deux écoles respectivement dédiées à l'entrepreneuriat et au commerce. Elle forme une nouvelle génération de managers à double compétence commerciale et entrepreneuriale, experts en « business development ». Novancia propose un cursus Grande École en 5 ans après le Bac en deux étapes : un Bachelor en 3 ans, suivi d'un Master en 2 ans.

Le Bachelor de Novancia

Développer une vision globale de l'entreprise

Le Bachelor couvre l'ensemble des principaux champs du management. Au cours de cette formation, les étudiants vont :

- appréhender les problématiques régionales et internationales et comprendre les enjeux du monde contemporain,
- apprendre à gérer l'information de façon critique,
- construire leur identité personnelle et professionnelle en vue de poursuivre leur parcours en Master,
- acquérir les fondamentaux du management,
- développer capacité d'autonomie et sens de l'engagement.

Affiner son projet professionnel

En 2^e et 3^e année, les étudiants choisissent plusieurs options parmi les pôles suivants :

- **commerce/marketing** : étude de marché, politique de communication et de distribution, marketing international, marketing des affaires, gestion des marques, design point de vente et merchandising
- **entrepreneuriat** : créativité, innovation, culture entrepreneuriale, intrapreneuriat, accompagnement de projet, réseaux et entrepreneurs...
- **finance/gestion** : budget et trésorerie, maîtrise des coûts, contrôle de gestion, comptabilité, fiscalité, ingénierie financière...
- **international/interculturel** : marketing international, économie et finance internationale, développement des entreprises à l'international, management international et interculturel...
- **ouverture et enjeux du monde** : intelligence économique, médias et société, sociologie, géopolitique.

Une pédagogie centrée sur la conduite de projets

Le management de projets est au cœur du dispositif pédagogique du programme :

études de cas réels ou fictifs, de création ou de reprise d'entreprise, projets de développement commercial, jeux d'entreprise, projets associatifs..., tout est mis en œuvre pour stimuler la prise d'initiative, le sens des responsabilités et la créativité des managers en herbe.

La poursuite d'études en Master permet ensuite aux étudiants de devenir des experts en « business development » à double compétence commerciale et entrepreneuriale.

*Développement d'affaires



MANAGING THROUGH TECHNOLOGY

TÉLÉCOM ECOLE DE MANAGEMENT

9, rue Charles Fourier

91011 Evry Cedex

Adresse postale :

9 rue Charles Fourier - 91011 Evry

Tél : +33(0)1 60 76 40 40

Fax : +33(0)1 60 76 43 35

Email : infos@telecom-em.eu

ÉCOLE

L'ÉCOLE

Ecole publique, dépendante du ministère de

l'Economie, des Finances et de l'Industrie

Diplôme bac +3

Accréditée AACSB et AMBA, membre de la

Conférence des Grandes Ecoles (CGE), Télécom

Ecole de Management est la business school

de l'Institut Mines-Télécom, premier groupe

d'écoles d'ingénieurs de France.

Directeur du Groupe : Denis Lapert

Directeur académique : Michel Berne

Responsable concours : Valérie Doucet

Responsable programme Bachelor : Aude Muller

INTERNATIONAL

- 240 heures d'enseignements de LV1 et 135 heures de LV2 sur 3 ans. Langues proposées : anglais, espagnol, italien, allemand, arabe, chinois, japonais, russe et FLE pour les étrangers.
- Possibilité de passer 4 mois à l'étranger, soit en entreprise, soit dans une université partenaire. Télécom Ecole de Management dispose d'un réseau de plus 100 universités partenaires.

EXPÉRIENCE DE L'ENTREPRISE

- 36 semaines de stages en entreprise obligatoires, en France ou à l'étranger
- Stage de fin d'études de 6 mois
- Plus de 300 entreprises sont partenaires de Télécom Ecole de Management

www.telecom-em.eu

SPÉCIFICITÉS

En cohérence avec la signature de Télécom Ecole de Management, « Managing through technology », l'originalité du Bachelor repose sur son cursus généraliste alliant sciences humaines, économie, gestion, langues étrangères et sa formation complète aux nouvelles technologies : web, logiciels graphiques et photos, réseaux, outils audiovisuels...

L'environnement d'une grande école de management avec un campus sécurisé qui vit toute l'année et à toute heure : restaurant, cafétéria, équipements sportifs, espaces verts, studio de la 2e radio étudiante de France (Evry One), foyer, salle de spectacles, médiathèque et plus de 60 associations et clubs.

Proximité de Paris : le campus se situe à 30 minutes de train de la gare de Lyon. 45 minutes depuis Chatelet.

Possibilité de poursuivre ses études au sein du Programme Grande Ecole de Télécom Ecole de Management.

ORGANISATION DU CURSUS

Cycle fondamental en 1^{ère} et 2^e années : (1200 heures de cours)

- Culture générale et sciences humaines
- Économie et gestion
- Formation aux outils de nouvelles technologies
- Langues étrangères (anglais, espagnol, italien, allemand, arabe, chinois, japonais, russe et FLE pour les étrangers)
- Stage en fin de 1^{ère} année : durée 3 mois

Cycle professionnalisant en 3^e année (300 heures de cours)

- 1^{er} semestre, choix d'une filière :
 - International Management : pour vivre une expérience internationale en passant un séjour académique ou un stage à l'étranger
 - Business Development : pour approfondir sur le campus ses connaissances en commercialisation de nouveaux produits et nouveaux services, nouvelles technologies gestion de projet, management de l'innovation et entrepreneuriat
- 2nd semestre
 - Stage de fin d'études, de 6 mois, en France ou à l'étranger

Financement

Télécom Ecole de Management propose des aides financières sur critères sociaux et après étude du dossier.

C alendrier 2013

- **OUVERTURE DES INSCRIPTIONS**

1^{er} décembre 2012 (1^{re} session)

26 février 2013 (2^e session)

- **ÉPREUVES ÉCRITES**

20 février 2013 (1^{re} session)

24 avril 2013 (2^e session)

- **RÉSULTATS D'ADMISSIBILITÉ**

6 mars 2013 (1^{re} session)

13 mai 2013 (2^e session)

- **ÉPREUVES ORALES**

du 14 au 23 mars 2013 (1^{re} session)

du 22 au 1^{er} juin 2013 (2^e session)

- **RÉSULTATS D'ADMISSION**

27 mars 2013 (1^{re} session)

5 juin 2013 (2^e session)

ATOUT+3

L'enjeu du Bac+3

Atout+3 est la banque d'épreuves post-Bac commune à 10 Grandes Ecoles de commerce et de management pour l'admission en 1^{ère} année de Bachelor, programme en 3 ans après le Bac délivrant un diplôme visé par le Ministère de l'Education nationale*.

Lancée en 2007, Atout+3 illustre la volonté de faire connaître et reconnaître avec force la pertinence du Bac +3 auprès des jeunes, des parents, des prescripteurs et des entreprises.

Atout+3 réunit des écoles partageant les mêmes valeurs et les mêmes exigences de qualité en matière de pédagogie, de corps professoral, d'accompagnement et de suivi personnalisé des étudiants dans la construction de leur projet professionnel, de proximité avec les entreprises, d'ouverture culturelle et internationale.

Le concours Atout+3 permet d'intégrer le programme Bachelor d'une Grande Ecole en vue d'obtenir un diplôme à Bac+3, premier niveau de reconnaissance académique dans le système d'harmonisation européenne des diplômes (LMD : Licence/Bachelor à Bac+3, Master à Bac+5, Doctorat à Bac+8).

Très bon niveau de sortie pour une insertion professionnelle réussie, le Bac+3 répond à une forte demande des entreprises en profils opérationnels : commerciaux, gestionnaires, managers d'équipe, collaborateurs prêts à s'investir sur le terrain et à entreprendre.

Pour les jeunes de plus en plus nombreux à vouloir poursuivre leurs études, le Bachelor représente à la fois une alternative à d'autres types de formation supérieure et un excellent tremplin vers le Master. C'est leur dire, en quelque sorte, « passe ton Bachelor d'abord ! », et mettre en valeur les parcours d'études sur le schéma 3 + 2 (L + M), permettant d'obtenir en 5 ans après le Baccalauréat deux diplômes au standard européen.

*L'EM Strasbourg, rattachée à l'Université de Strasbourg, délivre un diplôme d'Université (DU). TELECOM EM fait partie de l'Institut Mines-Telecom et délivre, de par son statut, un diplôme équivalent à la Licence.

LES 10 GRANDES ECOLES DU CONCOURS ATOUT+3

- 1. ECOLE ATLANTIQUE DE COMMERCE - NANTES AUDENCIA GROUP**
- 2. ECOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE**
- 3. ECOLE DE MANAGEMENT DE STRASBOURG**
- 4. ESC SAINT-ETIENNE**
- 5. GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT**
- 6. GROUPE ESC DIJON BOURGOGNE**
- 7. GROUPE ESC PAU**
- 8. GROUPE SUP DE Co LA ROCHELLE**
- 9. NOVANCIA BUSINESS SCHOOL PARIS (FUSION D'ADVANCIA ET
DE NÉGOCIA)**
- 10. TÉLÉCOM ECOLE DE MANAGEMENT**

C **oncours ATOUT+3**

LE RÈGLEMENT

Le présent règlement s'applique aux admissions en première année des programmes Bachelor des écoles de la banque Atout+3 :

- École Atlantique de Commerce – Groupe Audencia – Nantes
- École de Management de Normandie
- École de Management de Strasbourg
- ESC Dijon – Bourgogne
- ESC Grenoble
- ESC Saint-Etienne
- Groupe ESC Pau
- Groupe Sup de Co La Rochelle
- NOVANCIA Business School Paris (ex Advancia-Négocia) – Paris
- TELECOM Ecole de Management – Évry

Dès son inscription, le candidat s'engage à respecter strictement toutes les instructions figurant dans ce règlement. Tout manquement au règlement pourra entraîner des conséquences pouvant aller jusqu'à l'exclusion du concours.

1 CONDITIONS D'ADMISSION ET DISPOSITIONS GÉNÉRALES AUX ÉCOLES

Le concours est ouvert aux candidats français et étrangers, des deux sexes, âgés de moins de 26 ans au 30 septembre de l'année de rentrée dans l'école, aux élèves de terminales (l'admission dans les écoles est soumise à l'obtention du baccalauréat), aux bacheliers ou titulaires d'un titre français ou étranger admis en dispense.

Les candidats ne sont pas autorisés à participer à plus d'une session d'admission par an à la banque Atout+3. Le candidat présent à une épreuve ne peut pas se présenter aux sessions suivantes de l'année académique en cours.

Les candidats ne sont pas autorisés à se présenter la même année à deux voies différentes d'accès à une même école.

Les candidats doivent être en situation régulière au regard de la loi n° 97-1019 du 28/10/1997 portant réforme du service national et faisant obligation aux jeunes françaises et français de se faire recenser (auprès de la mairie de leur domicile) puis de participer à une Journée d'Appel de Préparation à la Défense (JAPD).

Les candidats handicapés ou atteints d'une maladie chronique peuvent se voir fixer des dispositions particulières d'aménagement pour leur concours.

2 INSCRIPTION AUX CONCOURS

2.1 CALENDRIER D'INSCRIPTION

Les candidats pourront s'inscrire à l'une des deux sessions annuelles du concours de la banque Atout+3. Le calendrier est le suivant :

Année 2013	1 ^{ère} session	2 ^e session
Ouverture des inscriptions	1 ^{er} décembre 2012	26 février 2013
Clôture des inscriptions	4 février 2013 minuit	9 avril 2013 minuit
Date limite d'envoi des pièces	5 février 2013	10 avril 2013
Épreuves écrites	20 février 2013	24 avril 2013
Jury d'admissibilité	6 mars 2013	13 mai 2013
Inscription aux oraux	Du 8 au 12 mars minuit	Du 15 au 20 mai minuit
Épreuves orales	du 14 au 23 mars	du 22 mai au 1 ^{er} juin
Jury d'admission	27 mars 2013	5 juin 2013
Date limite de confirmation	6 avril 2013	15 juin 2013

2.2 MODALITES D'INSCRIPTION AUX EPREUVES ECRITES

L'inscription aux épreuves écrites s'effectue obligatoirement par Internet sur le site :

<http://www.concours-atoutplus3.com>

Les candidats doivent impérativement respecter la procédure d'inscription suivante qui comprend trois phases obligatoires :

1/ Saisie et validation des données sur le site

2/ Paiement et édition du bordereau des « pièces justificatives »

3/ Envoi des pièces justificatives

Les candidats sont informés par mail à réception de leur envoi du caractère complet ou non de leur dossier.

Aucune candidature ne sera retenue si elle n'a pas fait l'objet d'une inscription sur le site Internet.

Les informations fournies par le candidat engagent sa responsabilité. En cas d'erreur, le candidat s'expose à des conséquences pouvant aller jusqu'à l'exclusion du (ou des) concours présenté(s) et à la perte du bénéfice éventuel de l'admission dans une école. Il est demandé au candidat de porter la plus grande attention aux informations saisies, en particulier à la langue choisie.

Aucune inscription ne sera acceptée après la date de clôture des inscriptions.

Le candidat ne peut concourir qu'une seule fois par an. Si un candidat n'a pas pu se présenter aux épreuves écrites de la première session, il pourra s'inscrire à nouveau pour la session suivante.

2.3 EDITION DU BORDEREAU « PAIEMENT ET PIECES JUSTIFICATIVES »

Après la validation de son dossier d'inscription et le paiement effectué, le candidat doit obligatoirement imprimer lui-même le bordereau des « pièces justificatives » au plus tard à la date limite d'inscription.

Les épreuves de la langue vivante II ne pourront plus être modifiées après l'édition du bordereau des « pièces justificatives ».

2.4 ENVOI DES PIECES JUSTIFICATIVES

Le candidat doit adresser, au plus tard à la date limite d'envoi des pièces (le cachet de la poste faisant foi), le bordereau des « pièces justificatives » accompagné des pièces justificatives demandées. Ce bordereau doit être signé par le candidat lui-même et également par son représentant légal s'il est mineur.

Cet envoi sera adressé à :

Direction des Admissions et Concours de la CCIP
Concours Atout+3
BP 31 - 78354 JOUY-EN-JOSAS cedex

2.5 DOCUMENTS A FOURNIR

Les documents exigés en un seul exemplaire pour l'inscription à la banque Atout+3 sont :

- Une photocopie de l'une des pièces suivantes : carte nationale d'identité ou passeport. Ce document doit être en langue française.
- Une photocopie du diplôme de baccalauréat ou d'un titre français ou étranger équivalent au baccalauréat de l'enseignement du second degré admis en dispense pour les candidats étrangers,
- ou une photocopie du certificat de scolarité de l'année en cours attestant que le candidat est en classe de terminale à la date des épreuves.
- Pour bénéficier de l'exonération totale sur le montant des droits d'inscription, les

- candidats boursiers doivent fournir une photocopie de la décision nominative d'attribution d'une bourse pour l'année scolaire en cours,
- pour les candidats en terminale : bourse nationale des lycées délivrée par le rectorat,
 - pour les candidats déjà titulaires du baccalauréat et qui sont dans l'enseignement supérieur : bourse de l'enseignement supérieur délivrée par le CROUS.
- Les candidats « Pupille de la Nation » doivent fournir un extrait d'acte de naissance portant la mention « Pupille de la Nation » (ces candidats sont également exonérés des droits d'inscription).
 - Les candidats handicapés ou atteints d'une maladie chronique doivent signaler leur handicap lors de l'inscription pour pouvoir bénéficier d'aménagements particuliers lors des épreuves. Le candidat doit imprimer lui-même le document précisant les instructions concernant la constitution et l'envoi de son dossier médical, sur avis de la MDPH (Maison Départementale des Personnes Handicapées); une décision administrative fixe, le cas échéant, les dispositions particulières d'aménagement.

2.6 CONFIRMATION FINALE D'INSCRIPTION

Le candidat est alerté par messagerie électronique si des pièces justificatives sont manquantes.

Quand son dossier est complet et que le paiement des droits d'inscription est effectué, un message confirmant son inscription lui est adressé. Il peut également à tout moment consulter l'état de son dossier sur le site d'inscription par la rubrique « Liste des Pièces Justificatives » (mention « reçue » pour les pièces justificatives en particulier).

2.7 MISE A JOUR ET IMPERATIF DE VIGILANCE

Le candidat doit, pendant toute la durée des concours, tenir à jour ses coordonnées (adresse postale, adresse électronique, n° de téléphone, ...) sur le serveur Internet.

Il doit également consulter régulièrement sa messagerie électronique, Internet étant le moyen privilégié de communication retenu par la banque ATOUT+3 pour l'information du candidat. Ce dernier peut à tout moment contacter, après s'être identifié sur le serveur Internet, la banque Atout+3 par la rubrique « Nous contacter » du site d'inscription.

Le candidat peut également, à l'aide de son numéro d'inscription et son code-signe confidentiel, consulter son dossier et ce jusqu'à la fin des concours.

2.8 PAIEMENT DES DROITS D'INSCRIPTION

L'inscription définitive aux concours de la Banque Atout+3 est subordonnée au paiement complet des droits d'inscription. Ceux-ci sont réglés au moyen d'une carte bancaire par une transaction sur un serveur sécurisé. Ces droits d'inscriptions restent acquis même en cas de renonciation ou démission préalable aux concours.

Les droits d'inscription pour l'écrit s'élèvent à 130 euros et sont gratuits pour les candidats boursiers pour l'ensemble des écoles de la Banque Atout+3.

Les droits d'inscription pour l'oral s'élèvent, par école choisie, à :

- 30 euros pour les candidats non boursiers,
- 15 euros pour les candidats boursiers.

PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES COMMUNIQUEES PAR LES CANDIDATS

Conformément aux règles visant à protéger les personnes contre la transmission et l’usage abusif des données personnelles, les écoles de la banque Atout+3 et la Direction des Admissions et Concours de la Chambre de Commerce et d’Industrie de Paris s’engagent à protéger les données communiquées par le candidat.

Ces données sont utilisées exclusivement dans les opérations de concours et d’admission. À ce titre, elles peuvent être transmises, selon les nécessités, aux différents intervenants qui participent au processus des concours : organe de gestion informatique, centres de concours, écoles membres de la banque Atout+3, organisme bancaire pour le paiement des droits d’inscription.

Tous les destinataires s’engagent également à protéger les données personnelles et à ne pas les communiquer à des tiers.

En validant son inscription, le candidat autorise expressément l’utilisation et la transmission de ces données selon les nécessités d’organisation des concours et d’admission dans ces écoles.

Le candidat peut à tout moment vérifier les données figurant dans son dossier en consultant son dossier personnel accessible sur le site d’inscription.

3 ORGANISATION DES EPREUVES ECRITES

3.1 PROGRAMME DES CONCOURS

Les programmes retenus pour le concours Atout+3 sont ceux de l’Education Nationale pour les classes de terminales quelle que soit la section.

3.2 EPREUVES ET COEFFICIENTS

Pour les deux sessions de concours de la banque Atout+3, les écoles ont fixé les épreuves écrites et coefficients suivants :

	<i>EAC Nantes</i>	<i>EM Normandie</i>	<i>EM Strasbourg</i>	<i>ESC Dijon-Bourgogne</i>	<i>ESC Grenoble</i>	<i>ESC Saint-Etienne</i>	<i>Groupe ESC Pau</i>	<i>Groupe Sup de Co La Rochelle</i>	<i>NOVANCIA Business School - Paris</i>	<i>TELECOM Ecole de Management</i>
Synthèse	5	4	5	5	2	5	4	5	5	5
Raisonnement logique et ouverture au monde	3	2	2	3	3	2	4	3	2	2
Anglais	3	4	3	3	6	3	2	3	3	3
Langue vivante II	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2

Le candidat aura le choix pour la langue vivante II entre l'allemand, l'espagnol, l'italien ou le chinois.

Pour toutes les écoles, en ce qui concerne la langue vivante II, seuls les points au dessus de la moyenne affectés du coefficient sont pris en compte dans la note finale.

3.3 CONVOCATION

Le candidat est informé par messagerie électronique de la mise à disposition de sa convocation. Il doit l'imprimer afin de la présenter lors de chaque épreuve.

3.4 VERIFICATION D'IDENTITE

Le candidat doit pouvoir justifier de son identité à tout moment lors des épreuves à l'aide d'une pièce d'identité en cours de validité et portant une photographie récente.

3.5 DEROULEMENT DES EPREUVES

Est éliminé le candidat qui, même indépendamment de sa volonté, est absent à l'une des épreuves.

Tout candidat se présentant après l'ouverture des enveloppes contenant les sujets n'est admis à composer qu'à titre conditionnel et ne bénéficie d'aucune prolongation. Les retards peuvent, le cas échéant, être soumis à l'appréciation du jury qui pourra attribuer la note zéro.

Aucune sortie temporaire ou définitive n'est autorisée pendant la première demi heure. En dehors de cette période, la réglementation des sorties temporaires est laissée à l'appréciation du chef de centre. Dans le cas d'une sortie définitive, le candidat doit remettre sa (ou ses) copie(s) ainsi que le sujet sous peine de voir sa copie affectée de la note zéro.

Concernant les épreuves de QCM, le candidat doit se munir d'un stylo bille de couleur bleue ou noire sous peine de voir sa copie affectée de la note zéro.

À l'issue de chaque composition écrite, tout candidat est tenu, sous peine d'élimination, de remettre au responsable de salle sa copie. Si elle est rendue « blanche », elle sera alors signée.

Un candidat qui compose dans une autre langue vivante II que celle indiquée lors de son inscription verra sa copie et son QCM affectés de la note zéro.

Un candidat sortant avant la fin des épreuves doit obligatoirement remettre le sujet en même temps que sa copie.

Toute tentative de violation de l'anonymat peut conduire à l'élimination du candidat. En règle générale, toute fraude ou tentative de fraude peut entraîner des sanctions pouvant aller jusqu'à l'exclusion définitive des concours, sans préjuger des poursuites qui pourraient être engagées.

Il est interdit d'utiliser dans les salles de composition tout moyen de communication. Les téléphones portables et plus généralement tous les appareils disposant de capacités d'échange ou de stockage de données doivent être déconnectés dans les salles de concours. Aucun appareil, même éteint, ne doit être conservé sur les tables de composition.

Les baladeurs et casques anti-bruits sont interdits. Par ailleurs, le candidat portant un appareil auditif doit en faire part au responsable du centre de concours.

4 ORGANISATION DES EPREUVES ORALES

4.1 MODALITES D'INSCRIPTION

L'inscription aux épreuves orales s'effectue obligatoirement par Internet sur le site :

<http://www.concours-atoutplus3.com>

Les candidats doivent impérativement respecter la procédure d'inscription qui comprend les phases obligatoires suivantes :

- 1/ Saisie des choix des écoles
- 2/ Acceptation de la procédure d'inscription
- 3/ Confirmation des choix
- 4/ Paiement sécurisé par carte bancaire
- 5/ Prise de rendez-vous

Un candidat admissible à une session ne pourra pas passer les oraux de la session suivante.

Une suppression d'école ne peut se faire que pendant la période d'inscription.

4.2 EPREUVES ET COEFFICIENTS

Pour les deux sessions de concours de la banque Atout+3, les écoles ont fixé les épreuves orales et coefficients suivants :

	<i>EAC Nantes</i>	<i>EM Normandie</i>	<i>EM Strasbourg</i>	<i>ESC Dijon-Bourgogne</i>	<i>ESC Grenoble</i>	<i>ESC Saint-Etienne</i>	<i>Groupe ESC Pau</i>	<i>Groupe Sup de Co La Rochelle</i>	<i>NOVANCIA Business School - Paris</i>	<i>TELECOM Ecole de Management</i>
Entretien collectif	3						2	3		
Entretien individuel	6	7	9	8	12	8	8	6	8	8
Anglais	3	5	3	4		4	2	3	4	4
Langue vivante II		1	1	1			4			

Seuls les points au dessus de la moyenne sont pris en compte pour la langue vivante II.

La langue vivante II présentée à l'oral est identique à celle présentée à l'écrit.

Pour l'admission au programme de l'ESC Grenoble, l'entretien individuel se déroule en anglais.

4.3 JURY D'ADMISSION

Le jury d'admission délibère à l'issue des épreuves orales. Il prend en compte le total de points des notes obtenues aux écrits et aux oraux.

Le jury d'admission se réunit dans chaque école et détermine la liste des candidats admis définitivement ainsi qu'une liste complémentaire éventuelle sur laquelle figurent, par ordre de mérite, les candidats qui pourront être appelés en cas de désistement des admis définitifs, dans la limite du nombre de places mises au concours. Pour 2013, 1255 places sont ouvertes au concours, dans les 10 grandes écoles membres d'Atout+3.

4.4 CONFIRMATION D'INTEGRATION

À l'issue des jurys d'admission, le candidat admis doit s'acquitter auprès de l'école retenue d'un chèque d'acompte sur les frais de scolarité de 500 euros.

Ce montant ne pourra être restitué qu'en cas d'échec au baccalauréat.

5 JURYS DE CONCOURS ET RECLAMATIONS

Les délibérations d'admissibilité et d'admission sont prononcées par le jury de concours de chaque école. Le jury est souverain.

Les réclamations ne peuvent porter que sur des erreurs matérielles de report de notes. En conséquence, les demandes de révision de notes ou de nouvelle correction des copies ne sont pas admises.

Toutes les réclamations suite aux épreuves écrites doivent être formulées par écrit et adressées dans les dix jours qui suivent la communication des résultats sur le site Internet de la banque Atout+3 à l'adresse suivante :

Direction des Admissions et Concours
Concours Atout+3
BP 31 - 78354 JOUY-EN-JOSAS cedex

Toutes les réclamations suite aux épreuves orales doivent être formulées par écrit et adressées à l'école concernée dans les dix jours qui suivent la communication des résultats.

CONCOURS ATOUT+3

SESSION 1

P. 31

SESSION 2

P. 79

OBJECTIFS DES ÉPREUVES

P. 132

S ession 1

ÉPREUVES COMMUNES

SYNTHÈSE DE DOSSIER P. 33

ANGLAIS P. 57

RAISONNEMENT LOGIQUE P. 62

ÉPREUVES AUX CHOIX

ESPAGNOL P. 67

ALLEMAND P. 70

CHINOIS P. 73

ITALIEN P. 76

SYNTHÈSE DE DOSSIER

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 3 HEURES.

INSTRUCTIONS

Le traitement de l'épreuve doit s'appuyer uniquement sur les seuls documents fournis.

PARTIE 1 :

Donner un titre au dossier documentaire *dans la limite maximale de 15 mots*
(2 points)

PARTIE 2 :

Elaborer un plan à partir du dossier documentaire *sans rédiger ni introduction ni conclusion*
(2 points)

PARTIE 3 :

Répondre succinctement aux trois questions suivantes
environ 10-15 lignes par question
(2 points chacune, soit un total de 6 points) :

- 1/ La restauration rapide est-elle l'exclusivité d'une classe d'âge ?
- 2/ Comment expliquez-vous le succès des produits « bio » ?
- 3/ Assiste-t-on à la disparition du « repas à la française » ?

PARTIE 4 :

Faire une synthèse
Concise, objective et ordonnée entre 450 et 500 mots, introduction et conclusion comprises.

Le candidat mettra dans la marge un signe * après chaque groupe de 50 mots
(10 points avec variation de + ou - 2 points pour l'orthographe).

SOMMAIRE BIBLIOGRAPHIQUE

« La pause déjeuner se réduit comme une peau de chagrin », 28/9/2011, <i>lefigaro.fr</i>	p. 35
« La bio poursuit son développement » (extrait), juin 2011, <i>agencebio.org</i>	p. 37
« Les 3 ^{ème} Entretiens de Rungis » (extrait), consultation le 3/12/2011, <i>rungis.fr</i>	p. 39
« Colloque Ocha 'Alimentations adolescentes' », octobre 2009, <i>communiqué de synthèse</i>	p. 40
« Evolution de la consommation alimentaire », consultation le 3/12/2011, <i>mesurersonpouvoirachat.com</i>	p. 42
« Le RHD aiguise les appétits », <i>RLF</i> , n° 662, juin 2009	p. 43
« Le repas gastronomique des Français », consultation le 12/12/2011, <i>unesco.org</i>	p. 45
« Les comportements alimentaires » (extraits), <i>Inra</i> , juin 2010	p. 46
« Les chefs s'invitent sur les campus pour apprendre à cuisiner à l'occasion de la Semaine du goût », 14/9/2011, <i>ladepeche.fr</i>	p. 49
« Repas à la française : un rituel qui séduit », 13/11/2011, <i>republicain-lorrain.fr</i>	p. 50

La pause déjeuner se réduit comme peau de chagrin

Par Marie Bartnik

Mis à jour le 28/09/2011 à 09:26 | publié le 27/09/2011



Crédits photo : Alain AUBERT/Le Figaro

Les salariés consacrent désormais 22 minutes en moyenne à la coupure de midi, contre plus d'une heure et demie il y a vingt ans. Conséquence : ils gri-gnotent davantage et se déconcentrent plus facilement.

La longue pause entre collègues à l'heure du déjeuner a vécu. L'intensification des rythmes de travail a eu raison de cette coupure traditionnelle, dont la longueur s'est réduite comme peau de chagrin ces vingt dernières années. Alors que les salariés s'arrêtaient volontiers plus d'une heure et demie pour se sustenter dans les années 1990, ils ne consacrent désormais pas plus de 22 minutes en moyenne à ce rituel. « La pause déjeuner est devenue la variable d'ajustement de la journée de travail, explique Anne-Sophie Godon, directrice de la prévention au sein du groupe de protection sociale Malakoff Médéric, qui publie ce mardi une étude sur le sujet. Le contenu de la journée s'est densifié, tandis que la distance entre le travail et le domicile a plutôt tendance à progresser. Dans ce contexte, les salariés n'ont d'autre choix que de rogner sur la pause du midi ». Les femmes sont encore plus concernées que les hommes, beaucoup d'entre elles préférant prendre le minimum de temps à midi dans l'espoir de partir plus tôt du travail, constate Odile Renard, médecin du travail à Paris.

Les salariés apportent de plus en plus leur repas

Avec la diminution du temps consacré au déjeuner, c'est la nature même du repas qui a changé. Une évolution perceptible ces toutes dernières années encore, souligne l'étude. Depuis 2009, le nombre de salariés qui rentrent chez eux pour déjeuner n'a cessé de diminuer (29 % des personnes interrogées en 2011 contre 34 % en 2009), de même que ceux qui se rendent dans un restaurant d'entreprise (19 % au lieu de 22 %). En revanche, la part de ceux qui avalent un sandwich en guise de repas progresse encore de 2 points en 2011 par rapport à 2009.

Le raccourcissement de la durée de la pause déjeuner n'est pas toujours synonyme de « malbouffe ». La part des salariés qui amènent leur pitance au travail, après

l'avoir préparée chez eux, est en constante augmentation. Près d'un tiers déclarent aujourd'hui le faire fréquemment, les femmes étant là encore surreprésentées. « Les Français cherchent à manger plus équilibré, c'est une tendance sociologique lourde. Apporter son repas, c'est une façon de maîtriser son alimentation. C'est aussi un moyen de faire des économies », remarque Anne-Sophie Godon. La crise est passée par là.

Baisse de concentration

Sandwich ou plat préparé à l'avance, la réduction du temps de pause n'en a pas moins des effets pervers. « Quand on mange vite, on n'a pas le temps de se sentir rassasié. La sensation de satiété n'intervient qu'au bout d'un quart d'heure environ. Et quand on mange devant son ordinateur, c'est pire : on ne fait même pas attention à ce qu'on avale. Résultat, on aura tendance à grignoter dans l'après-midi », explique Patrick Serog, médecin du travail. En 2011, 39 % des salariés avouent grignoter régulièrement, soit deux points de plus qu'en 2009. « Faire une réelle pause, de trois quart d'heure environ, est capital, estime aussi Odile Renard. Sans cette coupure, le stress s'accumule ».

La santé du salarié n'est pas seule en jeu. Pour l'entreprise non plus, la pause déjeuner n'est pas du temps perdu. Un salarié qui ne s'arrête pas et ne coupe pas ne serait-ce que vingt minutes avec son environnement de travail est un salarié qui risque de perdre en concentration. « L'attention a ses phases. On peut être réellement attentif pendant quarante cinq minutes ou une heure, mais rarement davantage. Si l'on se restaure dans son environnement de travail habituel, à son bureau par exemple, la concentration diminue encore plus vite, et on fait des erreurs », prévient Patrick Serog. Ceci sans compter qu'un bureau où l'on mange accueillera selon Monster 400 fois plus de bactéries que des toilettes normalement entretenues.

<http://www.lefigaro.fr>

LA BIO POURSUIT SON DEVELOPPEMENT

La Bio recrute : des consommateurs-acheteurs* récents

Les Français consommateurs-acheteurs de produits biologiques le sont depuis 8 ans en moyenne.

On constate parallèlement une hausse de la part des consommateurs-acheteurs récents : la proportion de consommateurs de 2 ans ou moins est aujourd'hui de 25%, alors qu'ils étaient 20% en 2009, et même 14% seulement en 2007.

La Bio : de plus en plus présente dans les restaurants scolaires

La proportion de parents déclarant que leurs enfants ont des repas avec des produits biologiques au restaurant scolaire continue de croître : ils sont désormais 45% (vs.33% en 2009 et 24% en 2008).

Ils sont aujourd'hui 12% à dire que cela arrive de façon régulière (vs 4% seulement en 2009). Cela confirme que les objectifs fixés par le Grenelle de l'Environnement en 2007 – pour augmenter la part d'aliments bio servis en restauration collective publique – sont en phase de réalisation.

Quant à ceux qui déclarent que leurs enfants n'ont pas de repas bio, ils sont 77% à souhaiter leur introduction.

Toujours de multiples raisons de consommer bio

Parmi les raisons de consommation évoquées en assisté, les consommateurs-acheteurs bio disent consommer bio :

- à 91% pour « préserver ma santé »,
- à 89% pour « la qualité et le goût des produits »,
- à 87% pour « la sécurité »,
- à 86% pour « préserver l'environnement »,
- à 62% pour des « raisons éthiques ».

Quant aux Français déclarant ne pas acheter de produits bio, ils expliquent avant tout leur comportement par :

- le prix qu'ils considèrent trop élevé (raison évoquée par 79% des non-acheteurs),
- le manque de réflexe (66%).

* Consommateurs-acheteurs de produits bio : consommant au moins un produit bio une fois par mois et en ayant acheté au cours des 4 semaines précédant l'enquête.

Consommer bio fait évoluer les habitudes

Parmi les consommateurs-acheteurs, 37% estiment que le fait de consommer bio les a amenés à modifier leurs habitudes d'achat, de consommation et/ou de comportement culinaire.

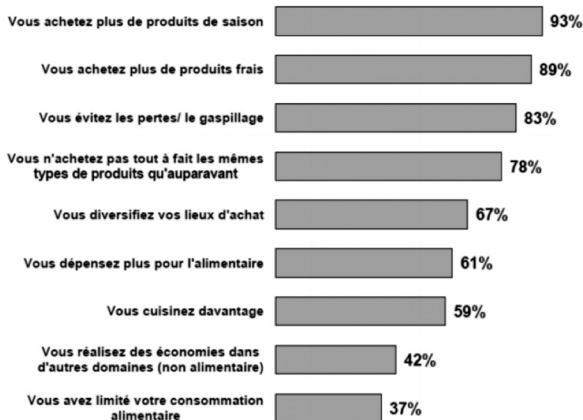
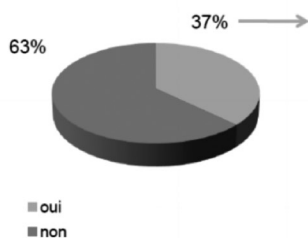
Les modifications de comportement portent sur les dimensions suivantes :

- davantage d'achat de produits de saison/produits frais (respectivement 93% et 89%),
- limitation des pertes, du gaspillage (83%),
- changement d'habitude sur les types de produits achetés (78%),
- diversification des lieux d'achat (67%),
- augmentation des dépenses alimentaires (61%),
- davantage de cuisine (59%).

Est ce que le fait d'acheter et/ou consommer bio vous a amené à modifier vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire ?
Si oui : De quelle(s) manière(s) ?

Base « consommateur et acheteur bio » : 369

Base : 135



Source : Baromètre Agence BIO 2010

Croissance de la consommation en perspective

96% des consommateurs-acheteurs bio déclarent avoir l'intention d'augmenter ou de maintenir leur consommation de produits bio ans les 6 mois à venir :

- 19% disent vouloir l'augmenter,
- 77% la maintenir.

Les 3^{èmes} Entretiens de Rungis

Les 3^{èmes} Entretiens de Rungis se dérouleront le 23 septembre prochain à L'Espace Rungis, sur le thème : *Quelle valeur pour notre alimentation ?*

Quelques réactions de professionnels



Pascale Hebel

(Directrice du département Consommation au Crédoc)

« En matière d'alimentation, les choses ont beaucoup évolué. Autrefois, la distinction se faisait suivant les classes sociales. Aujourd'hui, la consommation diffère selon l'âge. Les jeunes générations consacrent moins de temps et d'argent à l'alimentation. Le budget alimentaire s'est beaucoup réduit au cours des dernières décennies. Un jeune consomme huit fois moins de fruits frais que son grand-père. Cela s'explique par une urbanisation entraînant l'éloignement des produits frais, une augmentation de l'activité féminine avec baisse du temps passé à faire ses achats alimentaires et à la préparation des repas, une progression des activités de loisirs au détriment de l'alimentation, une baisse du pouvoir d'achat au désavantage de l'alimentaire qui reste une variable d'ajustement. Si l'alimentation sante progresse, des évolutions d'offres permettent de s'alimenter moins cher, avec l'émergence du lowcost, un nouveau modèle économique... Par ailleurs, pour bien se vendre, un produit doit être pratique, bien se conserver, se préparer vite. Chez les jeunes, on voit progresser également des produits qui n'ont pas d'image sante comme la charcuterie, mais qui ont une image plaisir et convivialité, avec les apéritifs dînatoires, les barbecues... Autant de freins à la consommation de produits frais. De même, on a trop donné une image sante aux produits frais (campagne sur les fruits et légumes) et pas assez plaisir, sachant que l'on se préoccupe moins de sa sante quand on est jeune. On préférera un produit transformé et pratique s'il n'est pas trop éloigné au niveau gustatif du produit frais, plus long à préparer... Chez le consommateur, on remarque aussi un retour au terroir, à l'artisanal, à la notion d'identité, et de plus en plus, le mode de vie détermine le mode alimentaire (profession, voyages...). Pour leur part, les seniors conservent leurs habitudes alimentaires et ont le modèle le plus équilibré et le plus varié. Les modes alimentaires évoluent en fonction de l'âge et du renouvellement des générations. Chez les jeunes, cela passe par plus de transformé, de simplifié, de plateaux repas et moins de repas à trois ou quatre composantes. De même, les horaires sont moins rigides et stables et les repas sont plus déstructurés. On met tout sur la table et chacun fait selon son goût... ».

rungis.fr

COMMUNIQUÉ DE SYNTHÈSE

Le colloque des 12 et 13 octobre présente les principaux résultats d'AlimAdos, un programme de recherche de l'Ocha, (Observatoire Cniel des Habitudes Alimentaires) mené avec deux laboratoires du CNRS (Alsace et Provence-Alpes-Côte d'Azur) et l'ANR (Agence Nationale de la Recherche). AlimAdos, c'est plus de 15 chercheurs, plus de 500 familles enquêtées, plus de 1500 entretiens menés sur 3 ans, un travail de recherche exceptionnel par sa richesse et son ampleur, qui vise à comprendre la relation des adolescents à leur alimentation et à leur corps, à décrypter leurs logiques et leurs ambivalences, sans jugement de valeur.

Et si les inquiétudes sur l'alimentation des jeunes Français étaient un peu exagérées ?

Les résultats de la recherche AlimAdos invitent à dépasser les stéréotypes

Parmi les préoccupations sociétales des dernières années, la « malbouffe » et la dramatisation de la progression de l'obésité d'un côté, de l'autre la montée d'une « halal attitude » et la crainte d'une évolution vers un communautarisme à l'anglo-saxonne peu compatible avec les valeurs de la République, ont pesé lourdement sur le regard porté sur les jeunes par les adultes mais aussi par les jeunes sur eux-mêmes.

À l'issue de 3 ans de recherche, exceptions mises à part, l'équipe AlimAdos conclue de façon rassurante sur ces deux points :

- L'alimentation de nos adolescents relève davantage du plaisir, de la construction de soi et de l'interaction sociale que de l'obésité et des troubles du comportement alimentaire,
- Les jeunes Français revendiquent des appartenances culturelles multiples et fluides qui s'additionnent sans s'exclure : la tendance au communautarisme n'est pas vraiment dans leur façon de penser.

La méthodologie qualitative choisie pour le projet de recherche AlimAdos a permis d'ancrer les résultats dans le terrain, le réel et le quotidien. Le projet AlimAdos porté par l'Ocha dès 2006 a été sélectionné par l'Agence Nationale de la Recherche en 2007. Ses principaux résultats, présentés au colloque « Alimentations Adolescentes » des 12 et 13 octobre 2009, permettent de comprendre les attitudes et les comportements alimentaires des adolescents et de faire des propositions pour redonner à l'alimentation tout son sens au-delà d'une simple fonction nutritive. Les résultats d'AlimAdos permettent aujourd'hui de dire :

Non, les jeunes Français de 12 à 19 ans ne sont pas les adeptes exclusifs de la malbouffe ! Bien sûr, ils fréquentent les fast-foods ; certes, la street-food se développe, et avec elle des habiletés corporelles des jeunes dont les adultes devraient davantage prendre conscience ... Mais le repas familial résiste bien et les petits plats des mères et plus encore des grands-mères exercent sur les jeunes une attractivité inégalée pour le plaisir du goût, la découverte de nouveaux mets et plus encore leur dimension affective.

Non, il n'y a pas de communautarisme alimentaire chez les adolescents, ni au niveau d'une culture adolescente ni au niveau des cultures familiales, qu'elles aient été marquées ou non par des parcours migratoires. Les adolescents revendiquent plusieurs appartenances, à définir comme des contextes plutôt que comme des cultures, passant de l'une à l'autre avec facilité comme dans des jeux de rôles, jouant avec les positionnements et les aliments adéquats à des mises en scène de soi et à la recherche d'un style.

Oui, on peut parler de cultures alimentaires adolescentes ... au pluriel ! Les jeunes Français sont attachés à des aliments doudous qui apportent du réconfort et à des aliments navette qui marquent les passages. Ils attendent aussi des aliments adaptés à leur besoin de mobilité, de nomadisme et de partage entre copains. Et du ludique et du fun au travers desquels se construisent et se reconnaissent les groupes d'âge. Le lait a un statut particulier : faisant trop bébé à partir de la classe de 5è pour être consommé en public, il retrouve sa place chez les 18/19 ans qui n'ont plus à prouver qu'ils ne sont pas des enfants ...

Non, il n'y a pas de rupture de la transmission entre adultes et adolescents. Et le plaisir est essentiel dans cette transmission : plaisir alimentaire des jeunes, plaisir des parents et des équipes de restauration scolaire à faire plaisir aux jeunes. Les jeunes ne sont pas en manque de règles et de normes. Que ces règles et ces normes soient négociées avec les adultes, réinterprétées et réinventées constamment, c'est leur permettre de s'adapter et de durer à travers ce qui est, pour les jeunes, la fois un jeu et l'apprentissage de l'autonomie. En revanche, vouloir transformer les jeunes en agents de changement des habitudes alimentaires familiales, c'est les mettre en situation de tension entre diverses normes, une tension trop lourde à porter.

Oui, il faut rassurer les adolescents et les parents sur les changements morphologiques normaux liés à la puberté : ce n'est pas le début de l'obésité ! Grossir, prendre du poids est normal à un moment de la vie adolescente mais à force de culpabilisation et de stigmatisation, même la croissance normale devient dans leur esprit pathologique ! Les stresser et les culpabiliser en faisant de l'alimentation un risque n'est ni nécessaire ni efficace : aussi bien les ados que leurs parents savent ce qui est bon et mauvais pour la santé, pour ne pas grossir, pour rester mince.

Oui, il faut donner aux jeunes une éducation alimentaire plutôt que nutritionnelle, et cette éducation alimentaire est en fait une éducation à la vie tout court. Nous ne sommes pas des êtres purement rationnels vivant dans un monde simple où il suffirait de choisir entre bons et mauvais aliments. Les jeunes sont lucides et critiques vis-à-vis de leurs parents, des institutions et d'eux-mêmes. Ils sont conscients de l'influence de leurs émotions sur leurs comportements alimentaires, ils sont capables aussi de comprendre les paradoxes d'une

société où cohabitent des intérêts parfois contradictoires.

Au terme de 3 ans d'immersion parmi les jeunes Français et leur environnement familial et social, les chercheurs d'AlimAdos ont envie d'inviter les parents et tous les professionnels concernés par l'éducation et l'alimentation des jeunes à un peu moins de pression et à un peu plus de confiance envers les adolescents ... !

L'Ocha – Observatoire Cniel des Habitudes Alimentaires – est un programme à long terme d'études et de publications créé en 1992 au sein de l'interprofession laitière (le Cniel) pour explorer les relations des mangeurs à leur alimentation avec une approche pluridisciplinaire privilégiant les sciences humaines et sociales. Ses travaux sont disponibles pour l'essentiel en ligne sur son site www.lemangeur-ocha.com

Le Cniel – Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière – est l'émanation de la Fédération Nationale des Producteurs de lait, de la Fédération Nationale des Coopératives laitières et de la Fédération Nationale de l'Industrie Laitière. La recherche fait partie des missions du Cniel qui participe à de nombreux programmes co-financés par l'Agence Nationale de la Recherche.

L'Unité d'anthropologie bioculturelle, UMR 6578, laboratoire du CNRS et de l'Université de la Méditerranée. Pôle

marseillais du CNRS pour les recherches en anthropologie, l'UMR 6578 conduit des recherches à l'interface des processus biologiques et culturels, que ce soit dans une perspective diachronique ou synchronique...
www.anthropologie-biologique.cnrs.fr/recherche/

Le laboratoire « Cultures et sociétés en Europe », laboratoire du CNRS et de l'Université de Strasbourg : pôle strasbourgeois dont les thèmes de recherche ont été inspirés par les multiples implications symboliques d'un ancrage à la fois régional, dans un pays frontalier marqué par une histoire de conflits et de cohabitations, et européen, ouvert sur un avenir fait de la rencontre des cultures et de la construction commune.
<http://umr7043.u-strasbg.fr/presentation.htm>

• Vient de paraître

Alimentations Adolescentes - Sous la direction de Nicoletta DIASIO, Annie HUBERT et Véronique PARDO
Dans la collection des cahiers de l'Ocha n°14 – 217 pages - 20 euros

• Service presse Ocha (Observatoire Cniel des Habitudes Alimentaires)

Annie Blaise : 01 49 70 71 67 - 06 64 98 68 35 - ablaise@cniel.com
Béatrice Gros : 01 49 70 71 59 - bgros@cniel.com

Evolution de la consommation alimentaire

Depuis 40 ans, les Français ont modifié leurs habitudes de consommation de produits alimentaires. En effet, certains aliments ont été beaucoup plus consommés tandis que d'autres ont été écartés de nos assiettes.



Consommation des produits de base

La plupart des produits de base ont été clairement délaissés. Cela ne signifie évidemment pas qu'ils ont disparu, mais seulement qu'ils sont consommés en quantité moins importante.

Ce constat concerne :

- le pain : la consommation a quasiment été divisée par deux depuis 1970 (de 80 kg de pain consommés par personne à 50 kg aujourd'hui) ;
- les pommes de terre : un Français mange à peine 70 kilos de pommes de terre alors que plus de 95 kilos lui étaient nécessaires en 1970 ;
- le lait : là encore, la consommation de lait frais a presque réduit de moitié (de 95 à 51 litres aujourd'hui) ;
- le sucre : le sucre connaît la plus forte baisse car sa consommation a été divisée par trois (de plus de 20 kilos en 1970, on passe à 6 kilos aujourd'hui).

Les fruits et légumes ont connu, quant à eux, une hausse encourageante de près de **22 %** : les Français en consomment aujourd'hui environ 86 kilos par personne.

Consommation de viande et laitage

Concernant la consommation de viande, les Français mangent un peu moins de viande bovine, au profit de la volaille (+ 35 %) et des oeufs.

Les produits laitiers (hors lait frais) connaissent un boom de consommation : + 34 % pour le fromage et + 153 % pour les yaourts.

Consommation de boissons

Côté alcool, les Français ont remplacé les vins de table et la bière par des vins de gamme supérieure : alors qu'ils buvaient presque 100 litres de vins de base et 41 litres de bière en 1970, ils n'en boivent plus aujourd'hui que, respectivement, 23 litres (soit une baisse de 76 %) et 28 litres (soit une baisse de 33 %). Par contre, les vins A.O.C. progressent de 183 % : en 40 ans, on passe de 8 litres bus à près de 23 litres.

Il est intéressant de souligner que la consommation des 2 types de vins est actuellement identique (en nombre de litres bus), même si la consommation de vins de table est en constante baisse et celle des vins AOC en quasi constante hausse. Enfin, la palme de la plus grosse augmentation revient à l'eau minérale : + 278 % de litres bus ! De 40 litres bus en 1970, les Français en boivent désormais plus de 150 litres. Ce chiffre est étonnant compte tenu de l'amélioration de la qualité de l'eau sortant de nos robinets, pour arriver aujourd'hui à une eau quasi parfaite (au regard des normes de qualité) !

<http://www.mesurer-son-pouvoir-dachat.com>

dossier

La RHD aiguise les appétits

Le secteur de la restauration hors domicile en France n'a pas atteint sa maturité. Il porte encore des perspectives de croissance à moyen terme, même si la crise actuelle entraîne des turbulences et une recomposition accélérée du marché.

sait à 14 %. Les projections à 2020 le situent à 20 %.

De quoi aiguïser les appétits et motiver les industriels à se positionner sur ce marché. Les entreprises les plus importantes se sont dotées d'équipes commerciales et marketing dédiées à ce secteur. Elles élaborent des produits spécifiquement destinés à ce marché. Autrement dit, une véritable réflexion stratégique tant sur les plans marketing que commercial est à l'œuvre dans un nombre grandissant d'entre-



La moitié du budget alimentaire des Français : c'est ce que pourrait représenter, dans 15 ans, le secteur de la consommation hors domicile.

En effet, selon l'Insee, la part des dépenses affectées à la consommation à domicile en France devrait se réduire, passant de 15 % en 1960 à 8 % des dépenses globales à l'horizon 2020, tandis que les dépenses de consommation hors foyer augmenteraient, passant de 2 à 4 %. Le développement du travail féminin, l'effondrement du taux de retour à domicile le midi en semaine (0,8 % en 2008 à Paris contre 5 % en 2000, selon la société Gira Conseil) sont autant de modifications profondes des modes de vie qui font grandir le poids des prises alimentaires hors domicile. Ainsi en Europe, on estimait, en 1960, à 4 % le nombre de repas pris hors de la maison ; en 2000, il s'établis-

CHIFFRES CLÉS

Repas hors domicile :

- France : 1 repas sur 7
- Espagne 1 repas sur 6
- Grande-Bretagne : 1 repas sur 3
- En France, il se vend : 1 hamburger pour 8 sandwiches et 16 pizzas
- 272 000 établissements hors domicile recensés en 2007 en France

prises laitières.

COUP DE FREIN LIÉ À LA CRISE

Le secteur offre en effet sur le long terme des opportunités. Mais la crise actuelle l'a fait entrer dans une période de turbulences : elle a ralenti sa croissance et accéléré sa recomposition entamée depuis quelques années. « En 2008, le marché de la restauration hors foyer devrait sortir globalement atone, avec peu d'évolution dans le nombre de repas servis, indique Rémi Vilaine, de la société d'études Gira Foodservice, spécialisée dans ce secteur. Mais avec un basculement structurel du marché. » Car une des caractéristiques de ce secteur est sa très grande hétérogénéité, entre le collectif et le commercial, l'indépendant et le structuré, du fast-food au chef étoilé.

Ainsi en restauration collective, le bilan attendu pour 2008 est proche de zéro, et les années



suites pourraient connaître une légère baisse. « La restauration au travail a d'abord connu une évolution légèrement positive, liée au retour du salarié à son restaurant d'entreprise, plus économique. Néanmoins, cette évolution s'essouffle au dernier trimestre, en raison de la hausse du chômage qui entraîne mécaniquement une baisse du nombre de repas servis. Les années 2009 et 2010 devraient voir perdurer cette baisse mécanique », explique Rémi Vilaine.

FONCTIONNEL ET NOMADE

Mais c'est la restauration commerciale, notamment dans sa dimension festive, qui se montre la plus sensible au retournement de conjoncture, la sortie au restaurant étant l'un des premiers postes supprimés lors des arbitrages. Ainsi la restauration traditionnelle (service à table ou SAT) et les self-services souffrent, tandis que la restauration rapide poursuit son développement et devrait afficher une croissance de 5 à 6 % pour 2008. « Le marché de restauration du midi, plutôt fonctionnel, connaît une tonicité importante, alors que la restauration du soir, de loisir, est affectée par la crise. » Selon le panel Crest NPD Group, en 2008, plus de 7 visites sur 10 en restauration commerciale s'effectuent en restauration rapide. Et les experts prévoient la poursuite de cette tendance en 2009.

La montée en puissance de la restauration fonc-

En 2007, la restauration hors domicile a généré 7 278 millions de prestations; 49 % en restauration collective et 51 % en restauration commerciale. Les prestataires sont pour 38 % des groupes et pour 62 % des indépendants.

Source : Gira - Foodservice/Cniel.

tionnelle, que l'on pourrait définir comme manger substantiellement, rapidement et pour pas cher, est une dynamique de fond du marché du hors foyer. Les Français consacrent de moins en moins de temps aux repas (1 h 30 en 1975, 30 minutes en 2008), ils étalent ou fractionnent leurs prises alimentaires, et contrôlent leur budget. Malgré tout, ils restent adeptes de l'alimentation plaisir.

**ENTRE
LE COLLECTIF ET
LE COMMERCIAL,
L'INDÉPENDANT
ET LE STRUCTURÉ,
LE FAST FOOD ET
LE CHEF ÉTOILÉ,
LE SECTEUR
DE LA RHD
EST TRÈS
HÉTÉROGÈNE.**

STRUCTURATION EN COURS

Autre point clé, le secteur se structure rapidement. En 2007, 38 % des repas servis l'étaient par des groupes de restauration et 45 % à l'horizon 2020. Une activité qui se concentre et expérimente de nouveaux concepts, à charge pour les fournisseurs d'offrir gamme de produits et prix en adéquation ! Mais il reste 62 % d'indépendants, ce qui sur un total de plus de 250 000 établissements, laisse un nombre conséquent d'entreprises.

Entrer sur le marché du hors foyer nécessite donc de bien comprendre cet univers, ses dynamiques et ses contraintes. Le potentiel de ce secteur est important. En 2006, on estimait qu'il avait acheté pour 16,55 milliards d'euros HT de produits alimentaires, dont 55 % de produits frais. Au sein de ceux-ci, les produits laitiers pesaient 17,8 %. A l'heure où les voies de développement sont rares, la restauration hors foyer n'est pas à négliger.

BRUNO RONEY - LAURENCE MOUQUET

Le repas gastronomique des Français

Inscrit en 2010 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité

Pays : France



Le repas gastronomique des Français

© Christiane Viltard, 2005

Le repas gastronomique des Français est une pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes, tels que naissances, mariages, anniversaires, succès et retrouvailles. Il s'agit d'un repas festif dont les convives pratiquent, pour cette occasion, l'art du « bien manger » et du « bien boire ». Le repas gastronomique met l'accent sur le fait d'être bien ensemble, le plaisir du goût, l'harmonie entre l'être humain et les productions de la nature. Parmi ses composantes importantes figurent : le choix attentif des mets parmi un corpus de recettes qui ne cesse de s'enrichir ; l'achat de bons produits, de préférence locaux, dont les saveurs s'accordent bien ensemble ; le mariage entre mets et vins ; la décoration de la table ; et une gestuelle spécifique pendant la dégustation (humer et goûter ce qui est servi à table). Le repas gastronomique doit respecter un schéma bien arrêté : il commence par un apéritif et se termine par un digestif, avec entre les deux au moins quatre plats, à savoir une entrée, du poisson et/ou de la viande avec des légumes, du fromage et un dessert. Des personnes reconnues comme étant des gastronomes, qui possèdent une connaissance approfondie de la tradition et en préservent la mémoire, veillent à la pratique vivante des rites et contribuent ainsi à leur transmission orale et/ou écrite, aux jeunes générations en particulier. Le repas gastronomique resserre le cercle familial et amical et, plus généralement, renforce les liens sociaux.

Décision - 6.14

Le Comité (...) décide que [cet élément] satisfait aux critères d'inscription sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité comme suit :

- R.1 : Le repas gastronomique des Français joue un rôle social actif dans sa communauté et il est transmis de génération en génération comme partie intégrante de son identité ;

- R.2 : Son inscription sur la Liste représentative pourrait contribuer à une plus grande visibilité du patrimoine culturel immatériel, en tant que catalyseur pour le respect mutuel et le dialogue interculturel ;
- R.3 : Les mesures de sauvegarde reflètent l'engagement de la communauté, des autorités françaises et des ONG à renforcer sa transmission, notamment à travers le système éducatif, tout en encourageant la recherche et la promotion ;
- R.4 : La candidature a été présentée à la suite d'une large et active participation des communautés à travers le pays à des réunions, des débats et des enquêtes, et de nombreuses institutions et associations ont donné leur consentement libre, préalable et éclairé ;
- R.5 : Le repas gastronomique des Français est inscrit dans l'Inventaire du patrimoine culturel immatériel de la France, établi par la Mission d'ethnologie du Ministère de la culture.

Unesco.org

Les comportements alimentaires

1.4. Disparités économiques et sociales de l'alimentation

Les mutations de l'offre alimentaire ont favorisé une baisse des prix de l'alimentation, qui aurait pu se traduire par une homogénéisation des régimes et des pratiques alimentaires. Il reste en fait des disparités économiques et sociales importantes, qui tiennent aux différences de revenus ou aux effets d'offre (hétérogène selon le lieu de résidence), mais aussi à l'hétérogénéité persistante des normes sociales en matière alimentaire.

La hausse globale du niveau de vie des Français entre 1950 et 2000 s'est traduite par une baisse de la part des dépenses consacrées à l'alimentation dans le budget des ménages : de 25% en 1960 à 15% en 2007 (INSEE). Cette moyenne recouvre cependant de fortes inégalités, puisque l'alimentation peut représenter jusqu'à 50% du budget des ménages les plus pauvres.

Les travaux de sociologie de l'alimentation, s'appuyant sur la série des enquêtes de consommation alimentaire menées par l'INSEE entre 1967 et 1991, montrent qu'il n'y a pas eu de grandes modifications dans la hiérarchie sociale des aliments, résultats qui corroborent les données plus récentes (Baromètre santé nutrition 2008, enquête Budget des familles 2006). Si l'on observe pour certains produits un resserrement des écarts de consommation entre catégories sociales, d'autres aliments restent très marqués. Les milieux aisés et/ou diplômés sont ainsi de faibles consommateurs de viande comparés aux milieux populaires, qui en consomment plus que la moyenne ; c'est essentiellement à la consommation de viande porcine que ce résultat est attribuable. Sa consommation est ainsi à l'heure actuelle un marqueur de l'appartenance sociale. De même, ce sont les cadres supérieurs qui consomment le plus de fruits et de légumes, et les ouvriers le moins. Le dernier Baromètre santé nutrition analyse ainsi que les milieux diplômés et aisés ont une alimentation plus diversifiée et respectant mieux les normes du PNNS.

L'importance de la situation sociale se retrouve dans les représentations des enjeux nutritionnels. Dans les classes sociales favorisées, les normes d'alimentation issues de la sphère médicale ont plus d'influence que dans les classes populaires. C'est en particulier chez les femmes les plus diplômées que l'on rencontre les discours les plus conformes aux prescriptions. Elles allaient notamment plus fréquemment leurs enfants et sont les plus nombreuses à mentionner leur pédiatre comme source de conseil, les femmes les moins diplômées s'adressant plutôt à leur propre mère. Plus généralement, des niveaux de diplôme plus élevés favorisent une meilleure intériorisation des normes nutritionnelles : le pourcentage d'individus connaissant les messages du PNNS et les mettant en pratique augmente avec le diplôme (Baromètre santé nutrition 2008). Ces différences de pratiques et de représentations pourraient en partie expliquer que le taux d'obésité varie en raison inverse du statut social, en France comme dans la plupart des pays développés.

A cet effet d'appartenance sociale s'ajoute un effet de genre. L'écart des taux d'obésité entre les milieux populaires et les milieux aisés est plus net chez les femmes que chez les hommes.

ESCo "Comportements alimentaires"

1

Encadré 4. Des typologies selon les stratégies de consommation

D'autres constructions typologiques mettent en relief des stratégies de consommations. Nous en citons deux.

L'INPES a, par exemple, réalisé une typologie des régimes français à partir des déclarations de consommation d'un échantillon de population à partir de combinaisons d'aliments et de pratiques.

La typologie INPES distingue :

- les "hédonistes" (14% de la population française), qui associent l'alimentation au plaisir gustatif. Cette catégorie concerne davantage les hommes de 30 à 39 ans qui déclarent plus que les autres consommer des boissons alcoolisées, des plats tout prêts, de la charcuterie et du pain. Ils consomment peu de fruits et de légumes ;
- les "utilitaires" (14%), pour qui l'alimentation est un acte indispensable pour vivre. Il s'agit préférentiellement d'hommes jeunes qui déclarent au cours des quinze derniers jours, plus fréquemment que les autres, avoir consommé de la viande, de la charcuterie et des plats tout prêts ;
- les "appliqués" (18%), qui ont une forte fréquence de consommations moyennes, sans surconsommation spécifique. Ce type concerne préférentiellement des femmes mariées avec des enfants, influencées dans la composition des repas, par les habitudes du foyer, le temps de préparation, le budget et la santé ;
- les "pratiques" (10%) correspondant à une frange jeune (18 à 39 ans) caractéristique de la région parisienne, ayant une alimentation peu équilibrée et qui déclare plus souvent que les autres manger des pâtes et des céréales prêtes à consommer ;
- les "traditionnels" (12%) ont une alimentation composée plus fréquemment que les autres de pommes de terre, de vin, de pain, de charcuterie et de viande. Ils ont plus de 60 ans et vivent le plus souvent dans de petites agglomérations ;
- les "avertis" (17%) sont ceux qui respectent le plus les consignes PNNS. Ils déclarent plus que les autres consommer du poisson, des fruits et des légumes. Il s'agit le plus souvent de femmes de plus de 50 ans qui sont influencées par la santé dans la composition de leurs repas ;
- les "petits consommateurs" (15%) déclarent consommer peu de tous les aliments pris en compte dans cette étude.

Le **CREDOC** dresse régulièrement des typologies pour éclairer l'évolution des comportements alimentaires dans le temps. La typologie sur les stratégies de consommation réalisée à partir des résultats de 2004 fait apparaître deux nouveaux groupes de consommateurs sensibles à la dimension santé de l'alimentation (Figure 3). Les "adeptes de nutrition" (21% des adultes) recherchent une alimentation saine et équilibrée à base de produits frais, sans pour autant négliger le plaisir des papilles, et des "obsédés de la balance" (5%), non exempts de contradictions : adeptes des produits allégés, ils "craquent" plus souvent que la moyenne pour des pâtisseries. Le groupe des "innovants" (7% des adultes) fait également irruption : traqueurs de nouveautés, ces consommateurs sont conscients des risques alimentaires mais, encore jeunes, se laissent porter par l'envie de la surprise.

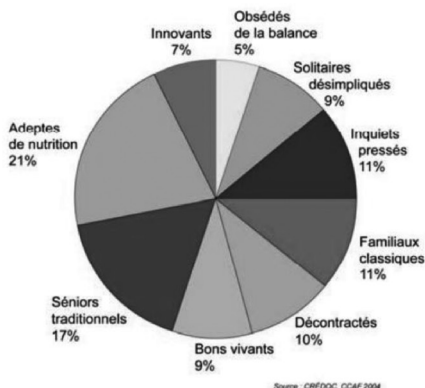


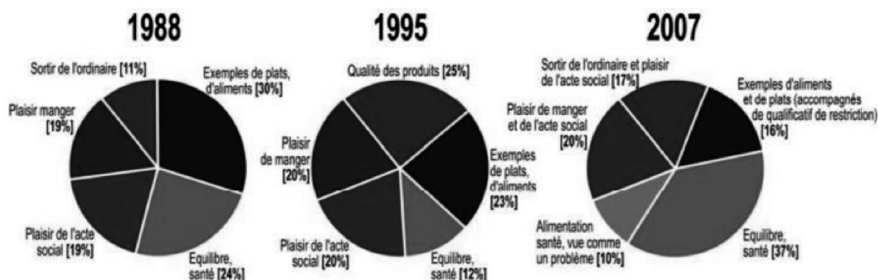
Figure 3. Typologie des comportements alimentaires

Encadré 6. Evolution des représentations de l'alimentation

Depuis quelques années, les Français placent, dans les enquêtes du CREDOC, l'"équilibre" devant le plaisir et la convivialité dans leur perception du "bien manger". En 2007, 10% des réponses à la question "qu'est ce que bien manger ?" renvoient à la santé et 37% des réponses se classent dans la catégorie "équilibre" (contre 12% seulement en 1995). La dimension fonctionnelle de l'alimentation, où le plaisir de manger est subordonné à la santé, est ainsi nettement plus présente, notamment chez les plus jeunes, ce qui traduit une plus grande connaissance de la nutrition mais pourrait aussi témoigner d'un renversement générationnel dans les représentations mentales.

Une prise de conscience collective de l'importance de l'alimentation pour la santé s'est apparemment installée. Elle a amorcé les politiques nutritionnelles volontaristes, notamment le Programme National Nutrition Santé (PNNS 1 en 2001). Les pouvoirs publics - et les industriels - ont depuis intensifié la diffusion de messages nutritionnels. Cette incitation à "faire les bons choix" met en exergue la dimension santé. Le Baromètre de l'alimentation de juillet 2008 montrait que 41% des Français citent comme message qui les a le plus marqués "Manger au moins 5 fruits et légumes par jour".

Figure 6. Evolution des typologies de consommateurs selon les réponses à la question "Si je vous dis bien manger, à quoi pensez-vous ?"



Source : CREDOC, CAF 1988, 1995 et 2007

(Rapport de l'Inra, Les comportements alimentaires – quels en sont les déterminants ?
Quelles actions, pour quels effets ?)

Les chefs s'invitent sur les campus pour apprendre à cuisiner à l'occasion de la Semaine du goût

Publié le 14/09/2011 18:08 | RelaxNews



À l'occasion de la Semaine du goût, qui se déroulera dans toute la France du 17 au 23 octobre prochains, les chefs qui officient aux fourneaux des universités s'installeront au sein des campus pour apprendre aux étudiants à cuisiner. Dans les conditions d'une cuisine rudimentaire, les professionnels devront prouver qu'il est possible de concocter une entrée, un plat et un dessert, tout en respectant un budget restreint.

Les universités de l'IUT de Lille I, de Paris 7 Diderot, d'Evry-Val-d'Essonne, de la Sorbonne, de Dijon ou encore de Reims inciteront leurs étudiants à participer à la Semaine du Goût. Les chefs du Centre régional des oeuvres universitaires et scolaires (CROUS), qui travaillent derrière les fourneaux, passeront de l'autre côté, dans une chambre d'étudiant reconstituée avec deux plaques chauffantes, deux casseroles et quelques ustensiles. Leur mission : concocter des petits plats sains, peu onéreux en respectant le tryptique entrée-plat-dessert.

Comme à son habitude, la Semaine du goût dépassera les cantines pour proposer plus de cent « Ateliers du goût », à travers toute la France. En visitant un potager, un marché éphémère ou une entreprise, petits et grands aborderont le sujet du plaisir gustatif sous un autre angle.

À cette occasion, les passionnés de cuisine testeront eux-mêmes les petits appareils d'électroménager, commercialisés par Darty. Près de 200 magasins les mettront à leur disposition, samedi 22 octobre de 10h à 18h30. De leurs côtés, les trente espaces Darty Cuisine inviteront des professionnels à dispenser des cours de cuisine, en lien avec les produits.

Lors de cette 22^e édition, ce sont les apprentis des lycées hôteliers qui discuteront avec les élèves de CM1 et CM2, lors des traditionnelles leçons de goût. Il s'agit d'éclairer les plus jeunes sur les formations menant jusqu'aux métiers de bouche. Par ailleurs, 900 bouchers iront jusque dans les écoles pour parler de leur quotidien.

Enfin, l'opération « Les Tables du goût » se déroulera sur le thème de l'oenologie. Plus de cinquante restaurants proposeront à leurs clients des dégustations. Le repas sera gratuit pour les petits convives, âgés de 7 à 14 ans. La liste des établissements participants est disponible sur le site internet Legout.com.

Informations pratiques :

22^e édition de la Semaine du goût

Du 17 au 23 octobre 2011

Partout en France. Site : www.legout.com

Repas à la française : un rituel qui séduit

Mondialisation et américanisation ne semblent pas avoir eu raison de l'art de manger à la française, où repas rime avec plaisir et convivialité.

Notez cet article
Haut du formulaire



Un repas pour les Français, c'est surtout le plaisir de manger ensemble. Photo Pierre HECKLER

Les Français voient toujours l'alimentation comme une affaire avant tout sociale, collective, restant attachés au rituel du repas à heure fixe, pris en commun. Pendant la dernière décennie, les attitudes « typiquement françaises » à l'égard de l'alimentation ont peu évolué, se renforçant même, montre Claude Fischler, directeur de recherche au CNRS, dans une enquête dévoilée devant les Deuxièmes Assises de la Fondation Nestlé France.

Le sociologue a réitéré en 2011, sur les Français, une enquête conduite en 2002 dans six pays, qui faisait apparaître le caractère « très particulier » de leur rapport à l'alimentation, en contraste avec celui des Américains.

On partage l'addition

La part accordée par les Français à la convivialité, c'est-à-dire à la dimension sociale de l'alimentation, « a clairement augmenté ».

En témoigne le « test de sociabilité », qui propose trois façons de payer l'addition lors d'un repas au restaurant entre amis du même sexe : chacun paie uniquement pour ce qu'il a bu et mangé ; on partage en parts égales ; quelqu'un paie pour tout le monde. Les Français sont en 2011 encore plus attachés (63 % contre 56 % en 2002) au partage en parts égales. « Ce pour quoi ils vont payer, c'est le fait d'être ensemble », décrypte Claude Fischler.

Les Français confirment leur attachement à des horaires de repas stricts, réprouvant snacks et grignotage (61 % estiment qu'il ne faut pas manger entre les repas contre 57 % en 2002), et leur méfiance vis-à-vis des compléments alimentaires comme des régimes.

« En France, on mange des plats, de la cuisine, etc., alors qu'aux Etats-Unis, on mange de la nourriture », explique le sociologue. Mais si les Français apparaissent « de plus en plus français » dans leurs conceptions de l'alimentation, des questions permettent « d'identifier un certain malaise, une tension », face à des pressions croissantes ou des « contraintes sous-jacentes ».

« On arrive à transiger avec la norme pour garder la convivialité à laquelle on tient tant, on conserve les principes et on cherche à s'accommoder de la valorisation accrue de l'individualité », explique le sociologue.

Par exemple, si une écrasante majorité des Français interrogés (98 %) pensent qu'il faut apprendre aux enfants « à goûter de tout et à ne pas être difficile », près de la moitié ne sont pas d'accord avec la proposition selon laquelle il ne faut pas montrer qu'on n'aime pas quelque chose. Claude Fischler y voit « une forme de contradiction, voire de tiraillement ».

Il y a un an, le « repas gastronomique des Français » était inscrit au patrimoine immatériel de l'humanité, signant l'exception française en matière de culture alimentaire.

13/11/2011

<http://www.republicain-lorrain.fr>

CORRIGÉ DE L'ÉPREUVE DE SYNTHÈSE

PARTIE 1

Donner un titre au dossier documentaire (2 points)

Les comportements alimentaires en France : changements et persistances.

PARTIE 2

Elaborer un plan à partir du dossier documentaire (2 points)

Voir la proposition de corrigé de la synthèse

PARTIE 3

Répondre succinctement aux trois questions suivantes (2 points chacune)

1. La restauration rapide est-elle l'exclusivité d'une classe d'âge ?

Non. Si l'alimentation fast-food est un élément de la culture adolescente (doc. 4), l'on constate que la restauration rapide caractérise le monde des salariés : la réduction de la pause déjeuner (doc. 1 : à 22 minutes en moyenne contre 1h30 il y a vingt ans) empêche le déjeuner à domicile et conduit de plus en plus d'individus à recourir au sandwich (pratique en hausse de 2 points entre 2009 et 2011 parmi les sondés). Le midi, les salariés délaissent les restaurants d'entreprise, et plus généri-

ralement le SAT (Service à table) au profit de la restauration rapide (hausse de 5 à 6 % en 2008 de sa part dans le total des services de restauration) pour des raisons économiques aussi (doc. 6).

2. Comment expliquez-vous le succès des produits « bio » ?

Un succès dû tout d'abord à l'implication des pouvoirs publics qui assurent une fonction d'information et, surtout, d'éducation aux produits bio : exemple de la promotion du bio dans les cantines scolaires (doc. 2).

Un succès qui renvoie aux motivations des individus ensuite : à côté des arguments mettant en avant la qualité/ le goût du produit, la sécurité, l'environnement, et même l'éthique, c'est l'argument sanitaire qui domine (doc. 2). La santé devient en 2007 le premier motif (doc. 8) invoqué, 37 % des personnes interrogées mettent en avant « l'équilibre santé ». Place est faite d'ailleurs pour une nouvelle catégorie de consommateurs, les « adeptes de nutrition ».

3. Assiste-t-on à la disparition du « repas à la française » ?

Certes, la pause déjeuner se réduisant, les individus – plus particulièrement les salariés et pas seulement les jeunes – mangent plus souvent « sur le pouce », se contentant d'une restauration rapide (chaînes américaines, kebabs, sandwicheries) qui les éloigne du repas à la française (doc. 1 et 6).

Mais « le repas familial résiste bien » même chez les adolescents (doc. 4), le repas à la française reste un rituel qui séduit (doc. 10) au point que l'Unesco a consacré le repas gastronomique français par son inscription au patrimoine commun de l'humanité (doc. 9).

PARTIE 4

Faire une synthèse concise, objective et ordonnée entre 450 et 500 mots, introduction et conclusion comprises. (10 points avec variation de + ou – 2 points pour l'orthographe)

Introduction

- **Annnonce du sujet** : Le succès de « la semaine du goût » (doc. 8)
- **Définition et discussion** : Mentionner les bouleversements intervenus depuis un demi-siècle qui couvrent tant la consommation des produits que les manières de consommer (le temps du repas), en relation avec les transformations des modes de vie : relations familiales et contraintes professionnelles, sensibilité aux arguments sanitaires et environnementaux, ...
- **Problématique** : en France, la tendance est-elle à l'homogénéisation des pratiques alimentaires ? Et que reste-t-il de l'exception française ?

a) Certains produits chassent d'autres ...

- Le déclin de la plupart des produits dits de base
Pain, pomme de terre, lait, sucre, viande bovine, vins de table et bière
- L'essor d'autres produits
Fruits et légumes, vins de gamme, eaux minérales, produits bio

b) ... en relation avec des goûts qui évoluent

- Une diversification des profils de consommateurs (doc. 8)

Place pour les « innovants » et « obsédés de la balance » à côté des « adeptes de la nutrition »...

- Plus d'attention portée à la santé (doc. 1, 2, 3 et 8)

Eviter la malbouffe jusqu'à apporter son repas (les femmes surtout, doc. 1), privilégier les produits « bio » (doc. 2)

- Le souci de ne pas trop dépenser (doc. 3, 6)

c) Des pratiques socialement différenciées

- L'âge, critère dominant sur la classe sociale ? (doc. 3)

Moins de temps et d'argent, moins de produits frais et plus de transformés chez les jeunes par rapport aux générations plus âgées

- Des cultures alimentaires adolescentes plutôt qu'une seule (doc. 4)

Fast-food et Street-food caractéristiques de l'alimentation des jeunes coexistent avec des pratiques de consommation plus familiales et traditionnelles

- Des pratiques alimentaires qui restent socialement distinctives (doc. 8)

Même si la tendance est à la baisse générale des dépenses alimentaires (en % du budget des ménages), des différences persistent (plus de viande chez les classes populaires, plus de fruits et légumes parmi les catégories aisées)

2. Sur la place du repas**a) Des modes de vie faisant plus de place à la restauration rapide**

- Un phénomène structurel : de plus en plus de repas hors domicile

Etant donné la réduction du temps de la pause méridienne (doc. 1 et question 1), en semaine, le taux de retour à domicile est de 0,8 % en 2008 contre 5 % en 2000. Des dépenses de repas hors domicile qui représenteront 50 % des dépenses à domicile en 2020 (doc. 6)

- Renforcé par des facteurs conjoncturels (doc. 6)

Chômage et évolution du pouvoir d'achat (lowcost, doc. 3) conduisent les individus à désertir le midi les restaurants d'entreprise et le SAT (30 % des salariés apportent désormais leur repas)

- D'où le succès, confirmé, de la restauration rapide (doc. 1 et 6, question 1)

b) Pourtant, le repas à la française persiste (toute la question 3)

- Cuisiner, un savoir-faire à entretenir (les chefs s'invitent sur les campus, doc. 9)

- Le repas à la française, une pratique vivace (doc. 10)

- Son inscription au patrimoine culturel par l'Unesco (doc. 7)

Conclusion

Récapitulation et ouverture : le repas, miroir des transformations sociales (en termes d'identité, de sociabilité, d'individualisation) à l'œuvre dans nos sociétés contemporaines.

Commentaire des correcteurs

Si tous les candidats ont identifié le thème général de l'alimentation, ils sont loin d'avoir clairement délimité l'objet d'étude du dossier.

En matière de plan, les candidats font le grand écart : tantôt un plan-fleuve, tantôt quelques mots. Il faut trouver un juste milieu (une centaine de mots).

Les questions exigent des réponses précises, en allant chercher dans le dossier les quelques éléments chiffrés attendus (question 1).

Concernant la synthèse, l'introduction est bien souvent indigente. La nécessité d'être synthétique ne saurait justifier d'escamoter la discussion/problématique comme c'est trop souvent le cas. Et les synthèses souffrent d'être insuffisamment structurées, l'articulation entre les parties et sous-parties manquant parfois cruellement de cohérence.

EXEMPLE D'UNE BONNE COPIE

PARTIE 1

L'alimentation en France : vers une modification complète de notre consommation et de nos comportements ?

PARTIE 2

- I. Des changements profonds dans le mode de consommation alimentaire
 - a) Une diminution de la durée des repas de travail plus intenses
 - Les femmes se consacrent plus au travail qu'aux courses ou à la cuisine.
 - Le temps des loisirs augmente au détriment de celui des repas.
 - b) Le développement de la restauration hors domicile
 - Une diminution du nombre de travailleurs rentrant chez eux à midi.
 - Les travailleurs favorisent les repas à emporter, faits maison ou achetés dans des restaurants low-cost du fait d'un budget plus restreint pour l'alimentation.
- II. Des modifications dans le choix des produits consommés
 - a) Le succès des produits biologiques
 - Les Français choisissent les produits biologiques car ils sont de plus en plus adeptes de nutrition.
 - Cette préférence pour les produits « bio » modifie les comportements culinaires.
 - b) Le développement des produits faciles à consommer
 - Les jeunes favorisent les produits pratiques, qui se conservent facilement et qui sont peu coûteux.
 - Les travailleurs consomment beaucoup de produits types sandwichs en particulier au bureau.
- III. Malgré les changements, les traditions culinaires subsistent
 - a) La transmission des valeurs, de la cuisine
 - Les parents continuent à transmettre aux enfants certaines habitudes, règles alimentaires.
 - Les jeunes sont toujours très attirés par les plats de leurs mères et grands-mères.
 - b) La conservation du « repas à la française »
 - Les Français sont toujours très attachés aux valeurs accordées au repas gastronomique français.
 - Ce repas a été inscrit au patrimoine immatériel de l'humanité en 2010.

PARTIE 3

1) En France, la restauration rapide n'est pas l'exclusivité d'une classe d'âge. Les jeunes sont les principaux clients car ils consacrent moins d'argent et moins de temps à leur alimentation et favorisent les produits faciles à consommer.

Cependant, les adultes, en particulier les salariés, se tournent de plus en plus vers ce type de restauration car ils tendent à moins rentrer dans leur domicile à midi et leur pause déjeuner ne fait que se réduire du fait de l'intensification des rythmes de travail. Ils cherchent donc une façon rapide et simple pour manger. La restauration rapide n'attire donc pas qu'une seule classe d'âge.

2) La consommation et la vente de produits « bio » en France ne fait qu'augmenter. Ceci peut s'expliquer par la prise de conscience collective de l'importance de l'alimentation pour la santé. En effet, la principale raison des consommateurs à acheter des produits « bio » est leur préoccupation pour leur santé, raison citée par 91 % des consommateurs-acheteurs bio. Les désirs des Français de manger de bons produits et leur habitude de cuisiner favorisent aussi le développement des produits bio puisque 89 % des consommateurs bio expliquent qu'ils achètent ces produits pour « la qualité et le goût des produits ».

3) Malgré le développement de la restauration rapide et de la réduction des temps de repas, le « repas à la française », ne semble pas disparaître puisque les Français restent très attachés à des valeurs telles que la convivialité ou le respect d'horaires définis pour les repas. Par ailleurs, le repas gastronomique français a été inscrit au patrimoine immatériel de l'humanité. Ceci montre bien que les Français ne comptent pas oublier certaines traditions qui sont bien encrées dans leur mode de vie et de comportement alimentaire.

PARTIE 4

Les changements dans la société en France ont eu des répercussions sur le rapport des Français avec l'alimentation. En effet, la restauration rapide s'est développée, l'urbanisation a éloigné les consommateurs des produits frais. Ainsi, l'évolution des modes de vie conduit-elle à une modification complète de notre consommation et de nos comportements alimentaires ? Nous verrons les changements de nos modes de consommation, puis ceux dans notre comportement face à l'alimentation. Enfin, nous verrons que les traditions subsistent.

Tout d'abord, la durée du repas a diminué avec l'entrée des femmes sur le marché du travail, qui consacrent donc moins de temps à l'achat des aliments et à la cuisine. Par ailleurs, le temps consacré aux loisirs a augmenté, au détriment de celui des repas. Les Français consacrent aussi beaucoup moins de temps à la pause déjeuner du fait des rythmes de travail plus intenses.

Ensuite, la restauration hors domicile s'est développée car les salariés rentrent moins chez eux le midi et préfèrent déjeuner au bureau en travaillant pour rentrer tôt à leur domicile. Ils favorisent donc les plats à emporter ou faits maison car leur budget est restreint et leur pause déjeuner très courte. Les Français consomment donc de manière différente avec les changements dans la société.

D'autre part, le choix des produits consommés a évolué. Les produits « bio » ont aujourd'hui un grand succès, en particulier du fait de l'intérêt grandissant des Français pour leur santé. Ces choix ont modifié les comportements culinaires avec par exemple une plus grande consommation de produits de saison.

Les produits faciles à consommer se sont aussi développés. Ils sont favorisés par les jeunes qui préfèrent les produits pratiques et peu coûteux ainsi que les travailleurs qui consomment ce genre de produit du fait de la réduction du temps des repas pris au bureau.

Malgré tous ces changements dans l'alimentation des Français, certaines traditions culinaires subsistent. En effet, les parents continuent à transmettre aux enfants qui gardent des habitudes alimentaires familiales. Les jeunes sont toujours très attirés par la cuisine familiale de leur mère ou de leur grand-mère.

Par ailleurs, l'importance du « repas à la française » n'a pas disparu. Les Français accordent à ce repas une dimension sociale qui leur est chère, c'est un moment de convivialité, de plaisir. De plus, c'est une pratique coutumière, de célébration qui est inscrite dans la façon de vivre d'un français. Ce repas gastronomique représente aussi des valeurs défendues par les Français comme consommer de bons aliments et de bonnes boissons, avoir des repas à des heures fixes et éviter le grignotage. Cette importance du repas c'est confirmée par son inscription au patrimoine immatériel de l'humanité.

En somme, de nombreux aspects dans le rapport des Français avec leur alimentation ont changé, que ce soit dans la façon de s'alimenter ou encore dans le choix des produits consommés. Malgré ces modifications, certaines traditions et valeurs sont conservées et continues d'être transmises, comme le « repas à la française ». L'évolution des modes de vie n'a donc pas complètement modifié notre consommation et nos comportements alimentaires.

ANGLAIS

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE 15.

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux **40** questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

SESSION 1

QCM

- 1) When university authorities announced another fee, British students went on strike.
A. hike B. fall C. drop D. cut
- 2) I'd rather you me this parcel at once since it is urgent.
A. sent B. will send C. will be sending D. send
- 3) In this company, employees work six-hour Monday Friday.
A. day by B. days through
C. a day on D. any day from
- 4) The chief accountant in this company for 10 years.
A. is working B. has been working
C. works D. was working
- 5) James is sales representative I have ever met.
A. most efficient B. the more efficient
C. more efficient D. the most efficient
- 6) Tom Robertson is responsible our next advertising campaign in the U.K..
A. to B. for C. with D. of
- 7) Don't forget to ring me up before 11:00 am,
A. do you? B. won't you? C. can you? D. will you?

- 8) We would like shortlisted for this job in our subsidiary in India.
A. her to be B. herself C. her be D. her being
- 9) He couldn't help out loud when he heard the joke on the radio.
A. himself from laughing B. laughing
C. from laughing D. himself laughing
- 10) nearly 4 years the present government took office.
A. There were since B. It was that
C. There is that D. It is since
- 11) Can the earth really feed 7 people now?
A. billions B. billions of C. billion D. billion of
- 12) You to the hospital. I could have driven you there.
A. didn't need to walk B. needn't have walked
C. didn't need to have walked D. needn't walk
- 13) Sorry to have kept you!
A. to wait B. waiting C. waiting for D. to wait for
- 14) The police discovered the homeless man dead in the street.
A. laying B. lying C. lie D. laid
- 15) On no account attempt to repair the engine yourself.
A. you should B. you ought to C. should you D. ought you
- 16) I am looking forward to Greece next summer.
A. going B. to go C. to going D. at going
- 17) They go to the Chinese restaurant
A. only one time per week. B. only once a week.
C. only once per week. D. one time only a week.
- 18) She was so tired that she could not walk any
A. farther. B. farthest. C. further. D. more time.
- 19) We should the washing machine repaired yesterday.
A. have B. have made C. have had D. make
- 20) My mother would have liked next to her in the restaurant.
A. that I sat B. that I should sit
C. me sit D. to have me sitting
- 21) Nicholas has been speaking about his trip to Australia two hours.
A. for B. by C. since D. during

22) "Which of these two books would you like to buy?"

- "....."

- A. No one. B. Not one nor the other.
C. Neither. D. Neither one.

23) After the earthquake, Turkey ended up asking the world community help.

- A. Ø B. from C. at D. for

24) My cousin has decided to set as a French baker in Singapore.

- A. up B. off C. out D. in

25) We used golf twice a week when we lived in Scotland.

- A. to play B. and played C. to playing D. playing

26) You to have thought of it before.

- A. ought B. should C. might D. would

27) The government insists that taxes raised.

- A. would be B. should be C. might be D. were

28) President Kennedy's for several decades now.

- A. died B. been dying C. dead D. been dead

29) "I can't remember what the lecture was about."

- "....."

- A. Neither can I. B. Either can I. C. So can I. D. Nor can't I.

30) entering the room, he greeted his host.

- A. In B. On C. By D. Since

31) Is the United States really going to pull troops out of Afghanistan?

- A. its B. her C. their D. his

32) I don't like beer, except for beer they brew in Bavaria.

- A. Ø the B. Ø Ø C. the Ø D. the the

33) India is one of the most populated countries the world.

- A. over B. of C. in D. about

34) The last time I saw him, he was wearing a jacket and a cap.

- A. brown velvet nice B. nice brown velvet
C. nice velvet brown D. velvet nice brown

35) The hosted the Olympic Games a few months ago.

- A. Chinese B. Chinese men
C. Chinese D. Chinese people

36) If we don't have any fruit left, I'll go and get

- A. some. B. any. C. few. D. ones.

37) Don't you know Stephen Tomlinson? I thought he was a friend of

- A. you B. your's C. yours D. your

38) Can the Greeks be responsible for their former governments' disastrous economic policies?

- A. held for B. taken C. held D. taken for

39) The government was given the go-..... to implement the new economic policy.

- A. go B. ahead C. between D. forward

40) heavy snowfall in Boston, the baseball game could not be held.

- A. Despite B. Because of C. Instead of D. In spite of

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	A	B	B	D	B	D	A	B	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	B	B	B	B	C	B	A	C	D
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	C	D	A	A	A	B	D	A	B
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
A	A	C	B	C	A	C	C	B	B

RAISONNEMENT LOGIQUE

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE.

I N S T R U C T I O N S

Barème :

PARTIE 1 :

Questions 1 à 20 coefficient 1 chacune

PARTIE 2 :

Questions 21 à 23 coefficient 2 chacune

PARTIE 3 :

Questions 24 et 25 coefficient 2 chacune

Pour ces 25 questions, vous disposez de 4 choix possibles. Vous ne devez cocher qu'une seule case.

Le barème est établi de la manière suivante :

- Réponse bonne : + 1
- Réponse fausse : 0
- Pas de réponse : 0

Il n'est fait usage d'aucun document ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

Si au cours de l'épreuve le candidat repère ce qui lui semble être une erreur, il la signale immédiatement au surveillant et poursuit sa composition sans perdre de temps.

PARTIE 1 :

coefficient 1 pour chaque question

1. Quel nombre continue la série suivante :

3 5 4 10 5 15

A) 6 B) 14 C) 15 D) 20

2. Un distributeur de boissons chaudes, propose du café dans des gobelets de contenance 12,5 cl. Le café coûte 0,40 € Combien coûte un litre de café ?

A) 2,50 € B) 3 € C) 3,20 € D) 4 €

3. Soit $A = \frac{1}{5} - \frac{1}{4} \times \left(\frac{1}{2} - \frac{1}{10} \right)$.

Sous forme de fraction irréductible A peut s'écrire :

A) $\frac{1}{10}$ B) $\frac{-1}{40}$ C) $\frac{7}{40}$ D) $\frac{-1}{10}$

4. Le prix affiché d'un article est de 720 € On vous accorde une remise de 90 € Le pourcentage de remise est de :

A) 1,25 % B) 8 % C) 8,75 % D) 12,5 %

5. Un artisan fabrique une armoire, un meuble d'ordinateur et un bureau. Pour fabriquer une armoire, il faut 4 fois plus de bois que pour un meuble d'ordinateur qui lui nécessite 2 fois plus de bois que pour un bureau. En tout il a été utilisé 2200 dm² de bois. Combien de dm² de bois nécessite la fabrication du meuble d'ordinateur ?

A) 200 B) 400 C) 600 D) 800

6. Si 60 DVD valent 780 €, combien valent 24 de ces DVD ?

A) 312 € B) 360 € C) 480 € D) 600 €

7. L'une des solutions de l'équation $2x^3 - 5x^2 - x + 6 = 0$ est :

A) -2 B) 0 C) 1 D) 2

8. Lors d'une soirée d'anniversaire où il a convié 20 de ses amis, Jacky prépare son célèbre cocktail « Ouistiti » avec 5 bouteilles de 2 L de jus d'orange, 6 bouteilles de 1,5 L de jus d'abricot et 8 L d'eau. Quelle quantité de cocktail sera disponible pour chaque invité ?

A) 1,35 L B) 0,95 L C) 1,425 L D) 1,25 L

9. Si $\frac{x+2y}{z} = 3$ alors $2x - 6z$ est égal à :

- A) $4y$ B) $-4y$ C) $2y$ D) $-2y$

10. Au pays Concoursland, la Taxe sur la Valeur Ajoutée est à 15 %. Un objet est mis en vente 345 euros Toutes Taxes Comprises. Quel est le prix Hors Taxe ?

- A) 51,75 B) 255 C) 293,25 D) 300

11. Si x est un nombre réel qui vérifie l'inéquation $3x - 2 < 5x + 4$, la valeur de x vérifie :

- A) $x < 3$ B) $x > -3$ C) $x < -3$ D) $x > -3$

12. L'équation de la droite (D) est $5x - 3y - 12 = 0$. Quel point appartient à la droite (D) ?

- A) (3 ; 5) B) (5 ; 3) C) (3 ; 1) D) (1 ; 3)

13. Antoine travaille dans un musée pour financer ses études. Deux possibilités de rémunération lui sont proposées.

La première consiste à être payé 8 € de l'heure.

La seconde consiste au versement de 90 € au début du mois puis 5 € de l'heure.

A partir de combien d'heures, la première solution est-elle préférable ?

- A) 8 B) 9 C) 30 D) 35

14. Un prix a augmenté de 5 % une année et a baissé de 5 % l'année suivante. La variation du prix a été de :

- A) -0,25 % B) -2,5 % C) 0,25 % D) 2,5 %

15. Quel est l'intrus ?

- A) Poltron B) Purée C) Potiron D) Poivron

16. Quel est le couple manquant ?

Question (4,4)	Réponse (3,4)	Pourquoi (5,3)	Solution ?
----------------	---------------	----------------	------------

- | | | | |
|----------|----------|----------|----------|
| A) (3,5) | B) (4,4) | C) (4,3) | D) (3,4) |
|----------|----------|----------|----------|

17. Quel mot doit remplacer le point d'interrogation ?

Festival - Gérance - Hanter - Idiot - ?

- A) Javelot B) Jeux C) Jeter D) Joyeux

18. Quelle lettre doit remplacer le point d'interrogation ?

Safari.A - Prédiction.I - Approche.P - Premier.?

- A) M B) E C) P D) 1

19. La phrase est incomplète : le dernier mot manque. Choisissez parmi les mots proposés celui qui convient le mieux.

Soldat est à armée ce que page est à ...

- A) livre B) roi C) numéro D) écriture

20. Cette phrase est incomplète : le premier et le dernier mot manquent. Choisissez parmi les couples suivants celui qui convient le mieux.

... est à alpiniste à ce que mer est à ...

- A) piolet/écume B) neige/poisson C) hauteur/vague D) montagne/marin

PARTIE 2 :

coefficient 2 chacune

21. Quelle est la valeur de y dans le système suivant :

$$\begin{cases} 3x + y + 2z = 14 \\ 2x + y = 7 \\ x + 2y + z = -7 \end{cases}$$

- A) -7 B) 0 C) 7 D) 14

22. Quelle est la valeur de y dans le système suivant :

$$\begin{cases} x + 2y + z = 1 \\ 2x + z = 3 \\ x - y - z = 1 \end{cases}$$

- A) -1 B) 0 C) 1 D) 4

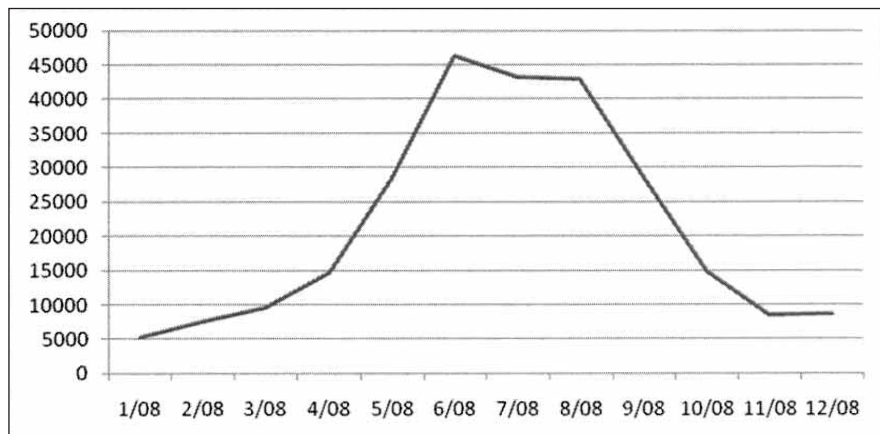
23. Des personnes ont toutes pris le même menu. Si elles donnent chacune 15 € il manque au total 36 €; si elles donnent chacune 20 €, le restaurateur leur rend 24 €. Quel est le prix du repas par personne ?

- A) 16 B) 17 C) 18 D) 19

PARTIE 3 :

coefficient 2 chacune

Le graphique ci-dessous donne le nombre de mariages célébrés en France en 2008.



24. Le nombre de mariages a été durant cette période le plus élevé en :

A) janvier B) juin C) août D) décembre

25. Entre janvier 2008 et avril 2008, le nombre de mariages a eu une variation de :

A) +20 % B) +30 % C) +200 % D) +300 %

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	B	A	D	B	A	D	A	B	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
D	C	C	A	B	B	B	B	A	D
21	22	23	24	25					
A	B	C	B	C					

ESPAGNOL

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE.

I N S T R U C T I O N S

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

Q C M

- 1) La que más a mi hermano es el cine de acción.
A. le gusta B. les gusta C. les gustan D. gustan
- 2) Cuando vamos a España mi marido y yo visitar a toda nuestra familia.
A. suelen B. suelo C. lo suele D. solemos
- 3) El director a todos los empleados que participaran en la asamblea regional.
A. pidió B. pidieron C. piden D. pida
- 4) Tu mujer me ha dicho que tu deporte favorito todos los sábados.
A. practica B. practico C. prácticas D. practicas
- 5) Escuché en la radio que elecciones generales anticipadas dentro de un mes.
A. habían B. hubo C. habrá D. habrían
- 6) Se quedará tranquilo cuando el problema.
A. resolverá B. resuelva C. resolviera D. resuelve
- 7) El más conocido de Valencia es la paella.
A. plato B. bandeja C. plata D. fuente
- 8) El lunes que viene a dos estudiantes en mi oficina.
A. ha sido convocado B. han sido convocados
C. he convocado D. haya convocado

- 9) El que mejor el piano, tendrá un premio.
A. toquen B. toque
C. juegue D. jueguen
- 10) En esta tienda hay unos de piel muy elegantes.
A. bolsos B. sacos
C. bolsas D. sacas
- 11) Mi hermana está por nuestro vecino de enfrente.
A. loco B. alocado
C. loca D. alocada
- 12) Si a la fiesta de esta noche, conocerías a mis amigos.
A. vayas B. iría
C. ibas D. fueras
- 13) Hay una oportunidad para comprar un a mitad de precio.
A. cochera B. cacho
C. coche D. colcha
- 14) En estos momentos, los profesores en el jurado de fin de año.
A. están B. serán
C. son D. sean
- 15) Espero que tiempo para descansar durante tus próximas vacaciones.
A. tuviste B. tengan
C. tengas D. tendrán
- 16) Mi nuevo ordenador es potente y mucho rápido el antiguo.
A. menos como B. más que
C. menos que D. mas que
- 17) El se celebra el 30 aniversario de nuestra empresa.
A. 5 de junio 2012 B. 5 junio 2012
C. 5 de junio de 2012 D. 5 junio de 2012
- 18) El mes pasado, Simón y su mujer, un viaje a Chile.
A. hernos hecho B. hicimos
C. haremos D. hicieron
- 19) Estoy un documental muy interesante en la televisión.
A. viendo B. leído
C. visto D. leyendo
- 20) Si una casa en la playa a pasar las vacaciones de verano.
A. comprarían mas B. compráramos iríamos
C. compraba Iría D. comprábamos iríamos

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	D	A	D	C	B	A	C	B	A
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	D	C	A	C	B	C	D	A	B

ALLEMAND

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE.

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

QCM

1) Haben Sie Dokumente mitgebracht?

- A. Ihre B. Ihren C. Ihr D. Ihrem

2) Freust du dich auch schon die Ferien?

- A. in B. an C. um D. auf

3) Bevor wir unser Geld dafür, sollten wir lieber unsere Eltern fragen.

- A. auszugeben B. ausgeben C. aufzugeben D. aufgeben

4) Er gar nicht so gut Englisch!

- A. kann B. kennt C. muss D. spricht

5) Sie ist seit Woche krank.

- A. letzte B. letztes C. letzten D. letzter

6) Welches findest du besser? Mathematik oder Geschichte?

- A. Fach B. Fächer C. Fächern D. Faches

7) Ich kenne dieses Land gut, weil

- A. ich habe dort schon sechs Monate gelebt
B. ich dort schon sechs Monate gelebt habe
C. habe ich dort schon sechs Monate gelebt
D. habe ich dort senon gelebt sechs Monate

- 8) Er weiß noch nicht, er mitkommen darf.
 A. ob B. wenn C. als D. was
- 9) Kannst du bitte helfen?
 A. unser B. mir C. mich D. unsere
- 10) Ich habe den Artikel gelesen. Dieses Zitat im ersten Absatz, ich bin ganz sicher.
 A. liegt B. sitzt C. steht D. findet
- 11) Seit ich sie das letzte Mal gesehen habe,
 A. sie hat sich sehr verändert
 B. hat sie sich sehr verändert
 C. verändert sie sich hat sehr
 D. sie sich sehr verändert hat
- 12) Was du tun, wenn du sehr viel Geld?
 A. würdest hattest
 B. wurdest hättest
 C. würdest hättest
 D. wurdest hattest
- 13) uns bitte einen guten Rat. Wir wissen wirklich nicht weiter.
 A. Gibst B. Gebe C. Gibt D. Gib
- 14) „Was von Beruf, Frau Schneider?“ - „Verkäuferin“.
 A. bekommen Sie B. sind Sie C. Sie zu machen D. ist
- 15) Die Kollegin, mit ich schon lange zusammen arbeite, wird leider die Firma verlassen.
 A. die B. der C. des D. deren
- 16) Diese Produkte aus China importiert.
 A. war B. wird C. wurden D. sein
- 17) Er hat gelernt ich.
 A. mehr als B. so viel ... als C. vieler als D. mehr wie
- 18) Na gut, ich komme mit, ich wirklich keine Lust habe.
 A. aber B. obwohl C. deshalb D. denn
- 19) Wir haben ein Auto.
 A. neue B. neuen C. neuer D. neues
- 20) habt ihr die Geschichte erzählt?
 A. Wer B. Wen C. Wem D. Was

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	D	B	A	D	A	B	A	B	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	C	D	B	B	C	A	B	D	C

CHINOIS

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE.

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

QCM

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1 A 我非常喜听音乐。 | 5 A也喜欢穿蓝色的外。 |
| B 我非欢听音乐。 | B 姑娘也蓝色的外套。 |
| C 我非常喜欢听乐。 | C 姑娘也喜欢穿蓝色的外套。 |
| D 我非常喜欢听音乐。 | D 姑也喜欢穿蓝色的外套。 |
| 2 A 我最欢听摇滚。 | 6 A 坐公共汽车去上学又方便又便宜。 |
| B 我最喜欢听摇滚。 | B 公共汽车去上学又方便又便宜。 |
| C 最喜欢听。 | C 公共汽车上学又方便又便宜。 |
| D 我最喜摇滚。 | D 坐公汽车去上学又方便又便宜。 |
| 3 A 你们先打开你们汉书。 | 7 A 卢浮宫是法国最有名的博物馆。 |
| B 你们先打你们的汉语书。 | B 法国最名的博物馆。 |
| C 们先打开你们的汉语书。 | C 卢浮宫国最有名的博物馆。 |
| D 你们先打开你们的汉语书。 | D 卢浮宫是法国最的博物馆。 |
| 4 A 中国常常穿红色的旗袍。 | 8 A 大部份的游客也去参观铁塔。 |
| B 中子常常穿红色的旗袍。 | B 大部游客也去参观铁塔。 |
| C 中国女孩子常常穿红色的旗袍。 | C 大部份的路游客也去参观铁塔。 |
| D 中国子常常红色的旗袍。 | D 大部份的路游客也铁塔。 |

- 9 A 东京的铁塔比巴黎的铁塔高一点。
B 东京的铁塔比巴黎的铁塔一点。
C 东京的铁塔比巴黎的铁塔高一点。
D 东京的铁塔比铁塔一点。
- 10 A 法国旅游的中人越来越多。
B 来法国旅游的中国人越来越多。
C 法国旅游的国人越来越多。
D 来法国旅游的中国人越来越来多。
- 11 A 中国名牌也在欧洲发达。
B 中国名牌也洲发达。
C 中国名牌也欧洲发达。
D 中国名牌欧洲发达。
- 12 A 国车子来越贵。
B 中国车子越来越贵。
C 中子越来越贵。
D 中国车子越来越。
- 13 A 你么来上班？
B 你怎么来班？
C 你怎么来上班？
D 你么上班？
- 14 A 我天坐租住汽车过来。
B 我每坐租住汽车过来。
C 我每天租住汽车过来。
D 我每天坐租住汽车过来。
- 15 A 家后还要读书！
B 回后还要读书！
C 回家后还要读书！
D 回后还要读书！
- 16 A 想在儿过年？
B 你想在儿年？
C 你想在哪儿过年？
D 你想在儿过年？
- 17 A 般的人天上网三个小时。
B 一般的人一天上网三个小时。
C 一般的人一天网三个小时。
D 一般的人一天上网三小时。
- 18 A 我妈不太喜欢上物。
B 我妈不太欢网购。
C 我妈不太喜欢网购物。
D 我妈不太喜欢上网购物。
- 19 A 我觉得样真方便。
B 我得这样真方便。
C 我觉得这样真方便。
D 觉这样真方便。
- 20 A 网站的价格比较底一下。
B 网站的价格比底一下。
C 网站格比较底一下。
D 网站价格较下。

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	B	D	C	C	A	A	A	C	B
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	B	C	D	C	C	B	D	C	A

ITALIEN

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE.

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

QCM

1) Sofia Loren è pseudonimo dell'attrice napoletana Sofia Scicolone.

- | | |
|-------|-------|
| A. il | B. lo |
| C. Ø | D. un |

2) L'estate scorsa al mare abbiamo conosciuto molt..... turist..... olandes..... e frances.....

- | | |
|------------------|------------------|
| A. e - e - i - i | B. e - e - e - e |
| C. i - i - e - i | D. o - i - i - i |

3) zucchero vuoi nel caffè?

- | | |
|-----------|-----------|
| A. Quando | B. Quanti |
| C. Quanto | D. Quanta |

4) vestito rossa ti sta benissimo, nero in vetrina è troppo corto per te!

- | | |
|--------------------|--------------------|
| A. Questo - questo | B. Quel - questo |
| C. Quello - questo | D. Questo - quello |

5) Abbiamo comprato giornale ed riviste femminili.

- | | |
|---------------------|---------------------|
| A. alcuni - qualche | B. alcuni - alcune |
| C. qualche - alcune | D. alcuno - qualche |

6) Mia nonna ha appuntamento medico 16e30 oggi pomeriggio.

- | | |
|---------------|---------------|
| A. al- a | B. con - alle |
| C. dal - alla | D. dal - alle |

7) Ragazzi, ecco la mia mail, do così mi potrete inviare i vostri messaggi.

- | | | | |
|----------|----------|----------|----------|
| A. vi la | B. ve le | C. ve lo | D. vi lo |
|----------|----------|----------|----------|

- 8) «Questo è tuo figlio?» È proprio un bambino!
 A. bel B. bello C. bell' D. bella
- 9) Neanche il professore a risolvere il problema di geometria.
 A. aveva riuscito B. ebbe riuscito C. è riuscito D. ha riuscito
- 10) I turisti hanno visitato con guida, una mostra d'arte
 A. un - contemporaneo B. un - contemporanea
 C. una - contemporaneo D. una - contemporanea
- 11) Gli Etruschi furono uno dei più antichi..... popoli italiani.....
 A. chi - ci B. ci - ci
 C. chi - chi D. ci - chi
- 12) «..... dieci minuti vado a fare la spesa. Non ti niente?»
 A. Tra - bisogna B. Fra - vuole
 C. Tra - conviene D. Fra - occorre
- 13) Se non ti senti bene, non oggi, domani!
 A. vai - vai B. andarci - vacci
 C. va' - va' D. ci andare - ci vai
- 14) Ieri siamo stati al Museo d'Orsay: non ci prima e ci è piaciuto moltissimo.
 A. avevamo mai stati B. eravamo mai stati
 C. eravamo mai stati D. avremmo mai stati
- 15) Comprerò la casa solo quando un lavoro stabile.
 A. avrò trovato B. troverò
 C. avrei trovato D. troverò
- 16) Giuseppe Garibaldi a Nizza nel 1807 e a Caprera nel 1882.
 A. nacque - morì B. nacque - morì
 C. nacque - morì D. nacque - morì
- 17) partire prima delle cinque, per non rimanere bloccati nel traffico.
 A. Serve B. Dispiace
 C. Conviene D. Succede
- 18) Sapevo benissimo che Marco non quelle condizioni di lavoro.
 A. accettasse B. accetterebbe
 C. avesse accettato D. avrebbe accettato
- 19) Maria, ascolta.... il mio consiglio: prendi.... le tue decisioni con calma e segui....
 il tuo istinto!
 A. a - a - a B. i - i - i C. i - a - a D. a - i - i
- 20) Abbiamo bisogno di un collaboratore che usare bene il computer e parlare perfettamente l'inglese.
 A. sa B. sapesse C. sappia D. sapeva

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	A	C	D	C	D	B	A	C	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	D	B	C	A	B	C	D	D	C

Session 2

EPREUVES COMMUNES

SYNTHÈSE DE DOSSIER **P. 81**

ANGLAIS **P. 107**

RAISONNEMENT LOGIQUE **P. 112**

EPREUVES AUX CHOIX

ESPAGNOL **P. 117**

ALLEMAND **P. 120**

CHINOIS **P. 123**

ITALIEN **P. 127**

SYNTHÈSE DE DOSSIER

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 3 HEURES.

INSTRUCTIONS

Le traitement de l'épreuve doit s'appuyer uniquement sur les seuls documents fournis.

PARTIE 1 :

Donner un titre au dossier documentaire *dans la limite maximale de 15 mots*
(2 points)

PARTIE 2 :

Elaborer un plan à partir du dossier documentaire *sans rédiger ni introduction ni conclusion*
(2 points)

PARTIE 3 :

Répondre succinctement aux trois questions suivantes, *environ 10-15 lignes par question*
(2 points chacune, soit un total de 6 points) :

- 1/ Le livre numérique est-il l'ennemi du livre papier ?
- 2/ Comment l'Etat contribue-t-il à réguler le marché du livre ?
- 3/ En matière de livre, existe-t-il une « exception française » ?

PARTIE 4 :

Faire une synthèse

Concise, objective et ordonnée entre 450 et 500 mots, introduction et conclusion comprises.

Le candidat mettra dans la marge un signe * après chaque groupe de 50 mots.
(10 points avec variation de + ou - 2 points pour l'orthographe)

SOMMAIRE BIBLIOGRAPHIQUE

« Sang d'encre en librairie » 10/11/2011, <i>Libération</i>	p. 83
« Etude : état du marché du livre numérique en France en 2011 » 12/10/2011, <i>idboox.fr</i>	p. 85
« Bilan du livre à prix unique », Françoise Benhamou 16/11/2010, <i>laviendesidees.fr</i>	p. 87
« Exception culturelle » 10/03/11, <i>lefigaro.fr</i>	p. 89
« Le papier, véritable révolution du livre ? » 11/07/2011, <i>myboox.fr</i>	p. 90
« Les libraires et le livre numérique peuvent-ils faire bon ménage ? » 29/03/2010, <i>nouvelobs.com</i>	p. 91
« Le bilan du marché du livre 2010 : une année pleine de surprises » 24/01/2011, <i>www.ipsos.fr</i>	p. 92
« Les dispositifs d'aide directe en faveur de l'économie du livre » 20/04/2010, <i>viepublique.fr</i>	p. 95
« La rentrée littéraire, exception française » 09/2011, <i>france.fr</i>	p. 97
« Prix unique du livre numérique : que dit la loi ? » 18/05/2011, <i>lepoint.fr</i>	p. 98
« Les grands groupes d'édition en France », université de Paris X site consulté le 12/12/2011, http://mediadix.u-paris10.fr	p. 101

Sang d'encre en librairies

Taxe. L'annonce, lundi, d'une hausse de la TVA de 5,5 à 7%, alarme le secteur du livre, déjà fragilisé, ainsi que l'ensemble du milieu culturel.

Par FRÉDÉRIQUE ROUSSEL



La TVA sera relevée à 7% (contre 5,5%) sur nombre de produits culturels. (© AFP MycheleDaniau)

Valse des prix, étiquetage à la chaîne, acheteurs mécontents... A quel bouillon de pensées peut ressembler une insomnie de libraire ? Et un bon mal de tête d'éditeur ? Un bout de phrase apparemment aussi simple que *«la TVA à taux réduit sera portée de 5,5 à 7%»*, prononcé par le Premier ministre lundi, a provoqué la stupeur. La nouvelle est tombée à froid sur les professionnels du livre, qui sont montés au créneau dès le lendemain...

«Utopique». Pas question de partir vaincu. Le gouvernement, argumente-t-on, est bien revenu début septembre sur son intention de relever la TVA sur les parcs à thèmes de 5,5 à 19,6%. *«Le livre vaut bien Mickey»*, lance Vincent Monadé, directeur de l'Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France. *«Le livre est un produit de première nécessité, estime Jack Lang, député PS et artisan de la loi sur le prix unique du livre. Au-delà des conséquences matérielles, c'est un geste symboliquement négatif à l'égard de la culture, et à supposer que la mesure soit financièrement modeste, raison de plus pour l'éviter.»*

Mardi, le Syndicat national de l'édition (SNE) a *«demandé un rendez-vous d'urgence au Premier Ministre»*. Dans le même bateau, le Syndicat de la librairie française (SLF) appelle à discuter plus avant. *«Aujourd'hui, nous avons la volonté d'expliquer aux parlementaires que nous ne sous-estimons pas la réalité nationale, développe Matthieu de Montchalin, président du SLF, mais que nous demandons une concertation vu nos spécificités.»*

Car il ne suffit pas d'un claquement de doigts pour voir se transformer le prix du million de références en France, fait-on valoir. *«C'est utopique»*, lance un éditeur. Surtout dans les six semaines imparties par le gouvernement, qui demande que la hausse soit effective au 1^{er} janvier. *«Nous sommes pris au dépourvu, souligne un éditeur. Les difficultés matérielles sont si grandes !»* Cette mesure concerne *«des entreprises de stocks longs, achetés à un certain taux de TVA et qui devraient être revendus à un autre»*, rappelle le président du SLF, libraire à Rouen.

Si ce scénario du pire - l'application de la TVA à 7% au livre - n'est pas encore certain, les esprits livresques phosphorent déjà sur les conséquences techniques induites par son éventuelle application.

Comment répercuter ce 1,5 point de plus, décision commerciale qui appartient à l'éditeur et qui sera prise comme il l'entend par chacun d'entre eux, c'est-à-dire environ 3 500 maisons ? La balance pencherait a priori pour une augmentation directe du prix du livre en librairie, donc par un surcroît de coût pour l'acheteur.

Oui, mais. En ce qui concerne les nouveautés, la chose peut à la limite se concevoir : l'adaptation se fera au fil de l'eau. En revanche, la partie prévoit d'être plus corsée pour le fonds. Hormis quelques exceptions, les quatrièmes de couverture donnent un prix de vente précis. *«Est-ce à nous libraires, qui avons acheté le stock à 5,5% et allons le vendre à 7%, d'endosser ce différentiel alors que la librairie se trouve déjà dans un état fragile ?»* se demande Jean-Marie Ozanne, des Folies d'encre, à Montreuil (Seine-Saint-Denis).

Droits d'auteurs. Va-t-il falloir réétiqueter tout ce qui se trouve en vente et en stock pour un coût sans doute excessif et une masse de travail considérable ? Ou laisser le prix imprimé, qui n'est plus le bon ? *«J'ai près de 22 000 volumes, explique Denis Bénévent, de la librairie Le Livre en fête, à Figeac (Lot). On va peut-être mettre des affichettes à la caisse ?»* Sans compter la mise à jour dans la base de données, qui laisse présager un Noël plutôt studieux.

Quid des auteurs ? Eh bien, ils ne sont pas plus rassurés. *«Dans le cas où l'éditeur choisit de conserver le même prix public sur les livres déjà édités, la crainte est celle d'une diminution de l'assiette de rémunération des auteurs»*, avance Jean-Claude Bologne, président de la Société des gens de lettres (SGDL). Autre interrogation : les droits d'auteurs, aussi soumis à la TVA, sont-ils concernés par la mesure, alors même qu'ils ont un *«caractère alimentaire»*, selon le code de propriété intellectuelle ?

«Une augmentation de 30 centimes n'est pas non plus la mer à boire, dit Hervé Gaymard, qui vient de déposer une proposition de loi sur les livres indisponibles. *L'Allemagne est à 7% de TVA et ne se porte pas plus mal que la France.»* Le député UMP fait valoir la baisse de la TVA sur le livre numérique (actuellement à 19,6%), qui sera alignée sur le papier en janvier. Ce dernier, à l'inverse, tombera de haut.

10/11/2011

<http://www.liberation.fr>

Etude : Etat du marché du livre numérique en France en 2011

12, octobre, 2011 par IDBOOX



Les ebooks seront au cœur du salon du livre de Francfort. Plusieurs conférences ont déjà eu lieu sur le sujet. Une étude mondiale d'O'Reilly passe au crible 13 pays et montre la place grandissante des ebooks. D'ici à 2015, la part de marché des livres numériques devrait doubler dans la plupart des pays européens. L'étude dresse le bilan du livre numérique en France.

Elle souligne la sensibilité du sujet et la complexité du marché contrairement aux pays anglo-saxons. Les livres électroniques sont devenus une affaire politique et culturelle. Dans un premier temps, la France s'est lancée relativement tôt dans la numérisation des contenus culturels avec les programmes de la BNF, Gallica (1,5 millions de documents numérisés) et le projet Europeana.

D'un autre côté, les représentants du monde du livre et le gouvernement se posent régulièrement en défenseurs de la culture française pour faire face à la menace des acteurs mondiaux du secteur. O'Reilly cite notamment l'opposition à Google (depuis Albin Michel, Flammarion et Gallimard ont **abandonné les poursuites** contre la firme de MountainView et des éditeurs comme **Hachette Livres** et La Martinière ont signé des accords pour numériser leurs fonds de catalogue.), la forte régulation avec Hadopi, l'argument de la disparition des librairies ou l'application du prix unique du livre sur les ebooks.

Toutes ces actions sont perçues comme autant de freins pour le développement du marché du livre numérique en France. Les acteurs mondiaux hésitaient à pénétrer sur le marché français. Depuis, la réalisation de cette étude, Amazon a lancé le **Kindle Store** en France ce qui devrait bouleverser la vision du livre numérique dans l'Hexagone. **Flammarion**, **Albin Michel** ont officialisé leur accord avec Amazon et d'autres comme **Fayard**, **Lattes**, **Stock**, **Gallimard** vendent des ebooks sur la boutique en ligne.

Que représente alors le marché du livre numérique en France ?

Début 2011, la part de marché des ebooks en France était de 0,5% (13M € de ventes annuelles). En juillet dernier, le SNE précise que les livres numériques pèsent

54M €, soit 1,8% de part de marché. Cependant, Antoine Gallimard, président du SNE, indique « il y a une réelle différence entre la fascination pour les ebooks et la réalité commerciale ».

En juillet 2011, un sondage GFK montre que 52% des ebooks téléchargés proviennent de bibliothèques publiques (principalement la BNF, Gallica et Google Books). 41% de l'ensemble des téléchargements sur des plates-formes de vente en ligne comme la Fnac, 1001libraires.com ou chapitre.com 77% des téléchargements sont des ebooks gratuits et 27% proviennent de sites pirates. L'offre s'améliore mais les sites pirates concurrencent directement l'offre légale.

Une étude du Motif de mai 2011, basée sur une liste de meilleures ventes, montre que 35,3% de ces livres sont disponibles en ebooks en offre légale (contre 17,3% en 2010) et 36% sont présents sur des sites illégaux. La moitié des livres étudiés (fiction et non-fiction) sont disponibles en offre légale en 2011 contre 36,6% pour la fiction en 2010 et 13,3% pour la catégorie non-fiction. Près de 86% de l'offre légale d'ebooks est en ePub.

France		
Key indicators	Values	Sources, comments
Book market size (p + e, at consumer prices)	€5,600 m	2009 estimate, based on SNE* data for publishers' annual revenues.
Titles published per year (new and successive editions)	66,595	SNE
New titles per 1 m inhabitants	1,064	
Ebook titles (available from publishers)	ca. 22,000	French titles on Numilog: 70,000 titles available, including 10,000 free and public domain.
Market share of ebooks	1,8%	SNE, July 2011
Key market parameters	Fixed book price, VAT of 5,5% on printed books versus 19,5% on ebooks	

© 2011 Offsets Media, Inc. Offsets logo is a registered trademark of Offsets Media, Inc. All other trademarks are the property of their respective owners. 11/2011

<http://www.idboox.com>

Bilan du livre à prix unique

Par Françoise Benhamou [16-11-2010]

Recensé : Mathieu Perona et Jérôme Pouyet, *Le prix unique du livre à l'heure du numérique*, Cepadur, Paris, Éditions de l'ENS, 2010, 92 p., 7 €.

C'est à un bilan fort intéressant de l'économie du livre – en France du moins – que s'attellent les économistes Mathieu Perona et Jérôme Pouyet. Les deux auteurs entendent évaluer les effets de la loi votée en 1981 en France, qui instaurait un système dit de prix fixe. Leur jugement est équilibré : « le prix unique du livre n'a mérité ni l'excès d'honneur ni l'indignité dont le débat public l'a chargé » (p.13), et les conduit à préconiser une évolution du dispositif. Quelques pages sont consacrées, en introduction ainsi qu'à la fin de l'ouvrage, au livre numérique.

Le livre, bien particulier

Le livre n'est pas un produit comme les autres. Tel était le premier argument qui a présidé à l'adoption de la loi, celui de la spécificité, que Richard Caves a théorisé en 2000 pour l'ensemble des industries créatives, en dressant la liste de leurs propriétés : unicité des biens, infinie diversité, impossibilité de prédire le succès. Ces propriétés impliquent une prise de risque à l'occasion de la sortie de chaque titre nouveau, dont le pendant côté consommateur est l'impossibilité de connaître la qualité du bien avant de l'avoir acheté, ce qui est le propre de tout bien dit « d'expérience ». La brièveté de la durée de vie de la plupart des titres relève tout à la fois de l'inflation de la production et des stratégies des prescripteurs qui tendent à parler de ce dont on parle déjà, dans une logique de star system ou de winner take all largement étudiée dans la littérature académique.

Un système de prix libre ou conseillé permet que s'exerce une concurrence par les prix ; c'est ce à quoi le législateur français a souhaité mettre fin en 1981, en instaurant un système de prix dit unique. En effet, la limitation de la marge de fluctuation à 5% du prix fixé par l'éditeur permet aux librairies indépendantes de conserver une partie du commerce des livres grand public.

En l'absence de prix unique, les best-sellers proposés en pile ou en têtes de gondole dans les grandes surfaces – généralistes ou spécialisées – peuvent être vendus avec un rabais important, la faiblesse de la marge étant compensée par la quantité vendue. Les grandes surfaces peuvent de surcroît négocier une remise élevée de la part de l'éditeur ou du diffuseur sur la base des ventes potentielles ou effectives, rétablissant ainsi des marges équivalentes à celles qui auraient été obtenues en l'absence de rabais. Elles s'accaparent ainsi l'essentiel du commerce des livres à écoulement rapide. Les librairies indépendantes, qui ne sont en situation ni de vendre de telles quantités des livres réputés « grand public », ni de négocier des remises du même niveau, perdent rapidement ce marché indispensable au détaillant qui souhaite affronter le temps long de la vente des livres « difficiles ». L'impossibilité d'assurer l'indispensable trésorerie par la vente des livres faciles afin de supporter les coûts du stockage des livres à écoulement lent constitue une menace non seulement pour la librairie, mais à terme, pour la production éditoriale la plus exigeante.

La loi de 1981 avait donc pour objectif de protéger la diversité éditoriale par la protection d'un réseau de détaillants indépendants qui substituent la concurrence en qualité à la concurrence par les prix. Elle permettait de surcroît un accès au livre assez aisé en tout point du territoire et une uniformité des prix qui évite au consommateur la recherche du point de vente proposant les prix les plus bas.

Quel bilan dresser de la loi ?

Afin d'évaluer les effets de la loi, trois dimensions doivent être prises en compte : 1/ son effet éventuellement inflationniste, qui résulterait de la protection du commerce, 2/ la solidité du réseau de détaillants et 3/ la diversité de l'offre éditoriale. Sur le premier point les auteurs sont circonspects, mais concluent à une hausse du prix du livre légèrement plus élevée que celle des autres biens culturels.

Sur le second point, les auteurs notent d'abord que la promotion est un bien informationnel public : l'effort de promotion d'un détaillant profite en partie à d'autres. Le prix unique a pour finalité d'inciter néanmoins le libraire à l'effort en vue de conserver un stock important de titres et d'en assurer la promotion, car il empêche les comportements opportunistes des clients. Toutefois, ce système conduit à fournir des rentes aux détaillants qui bénéficient de ces efforts sans en subir les coûts car les éditeurs ne peuvent moduler la marge du détaillant en fonction de l'effort fourni. La critique va même plus loin : Perona et Pouyet ajoutent que rien n'assure que les niveaux d'information et de stock visés par la loi sont conformes à ceux que choisiraient les consommateurs.

La remarque des auteurs est fondée si l'on s'en tient à l'idée que le prix unique est destiné à satisfaire « les consommateurs ». Mais on peut supposer qu'en arrière-plan de la loi, l'hypothèse est faite qu'il n'est pas incongru de demander aux consommateurs de best-sellers de payer leurs livres un peu plus cher afin que les livres difficiles puissent être publiés, distribués, promus et vendus malgré l'étroitesse de leur public et leur moindre rentabilité. La loi sur le prix unique conduit alors le consommateur de best-sellers à subventionner le consommateur de livres de moindre diffusion, ce qui est finalement conforme à l'objectif de défense de la diversité culturelle.

Ajoutons que si la loi est favorable aux intérêts des plus gros consommateurs de livres, les mieux dotés en capital culturel, comme la critique en est souvent faite, un argument permet de nuancer cette perspective sur le long terme, celui de dimension intergénérationnelle des biens culturels : de génération en génération, le souci de préserver la création ne profite pas seulement à une élite. Des livres édités aujourd'hui sont appelés à constituer demain le patrimoine littéraire de tous. La diversité culturelle et la richesse de la production des idées et de la vie littéraire constituent un legs aux générations futures.

Perona et Pouyet notent que, comme pour le prix, l'évaluation des effets de la loi sur la densité et la variété du réseau de libraires est difficile. Il nous semble toutefois que, paradoxalement, le prix unique a bénéficié aux grandes surfaces, qui s'arrogent une part élevée de marché sans subir les coûts de l'information à destination des consommateurs, ni de coûts de stockage d'un nombre élevé de références. La loi a créé un avantage comparatif pour deux maillons de la galaxie des points de vente : d'une part ceux qui vendent quasi-exclusivement des livres faciles et qui continuent de capter une part importante de ce marché tout en bénéficiant de marges confortables liées à l'absence de rabais [3], et, d'autre part les libraires indépendants qui développent des stratégies de qualité pour des lectorats assez conséquents. Au milieu, les petites et moyennes librairies semblent avoir plus de mal à tirer véritablement profit de la loi. Mais sans celle-là, peut-être auraient-elles franchement disparu. Au Royaume-Uni où le Net Book Agreement (prix unique établi par accord interprofessionnel) a été abandonné en 1997, les chaînes ont absorbé une large partie du marché de détail, à l'exception de libraires très spécialisés, et même un best-seller comme *Harry Potter* a fait perdre de l'argent aux libraires tant la course aux rabais a rogné les marges effectives.

Comment mesurer la diversité éditoriale ? Le seul critère objectif est le nombre de titres nouveaux (nouveau-tés et nouvelles éditions) édités chaque année : entre 1985 et 2008 celui-ci passe de 39 054 à 76 205. Certes, cette croissance peut aller de pair avec une plus grande standardisation de l'offre, mais elle témoigne de la vitalité du secteur. Afin d'aller plus loin, Perona et Pouyet proposent de rapprocher la part du segment « arts et littérature » et le régime de prix appliqué au livre par une vingtaine d'États. Cette part est plus élevée en cas de prix unique mais on ne saurait sur-interpréter ce résultat pour en

déduire une supériorité de ce régime de prix pour la défense du segment le plus créatif de la production éditoriale.

On notera donc que cette loi fort consensuelle a eu des effets plutôt positifs, bien que souvent surévalués. Les auteurs omettent d'ailleurs de noter qu'elle était controversée dès le départ, même si elle fut votée à l'unanimité : elle rencontra la fureur des centres Leclerc, l'hostilité de la FNAC, mais aussi la méfiance des libraires devant un régime de prix qui leur retirait une part de leur liberté commerciale et l'agacement des gros acheteurs de livres qui fréquentaient assidument les FNAC aux rabais de l'ordre de 20% du prix conseillé.

<http://www.laviedesidees.fr>

Exception culturelle

Par Etienne De Montety Mis à jour le 10/03/2011 à 12:04 | publié le 10/03/2011

SESSION 2

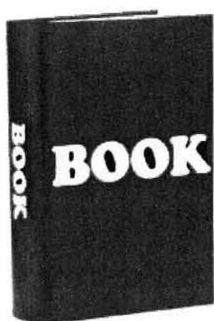
La Commission européenne s'en va en guerre. Contre les trafiquants de drogue, les passeurs de clandestins, les mafias? Non, ces dossiers ne sont rien, comparés à l'offensive que vient de lancer Bruxelles contre une engeance autrement plus redoutable à ses yeux: les éditeurs français. Ainsi la semaine dernière, on a vu descendre du Thalys, gare du Nord, une centaine d'inspecteurs mandatés qui ont investi de grandes maisons parisiennes et le Syndicat national de l'édition. Des ordinateurs ont été mis sous scellés, des téléphones portables saisis.

Serait-ce que les éditeurs visés, Gallimard, Albin Michel, Flammarion, Hachette, recèlent quelque marchandise prohibée? L'un d'eux prépare-t-il un brûlot contre M. Van Rompuy, un recueil de vers licencieux raillant l'honnêteté de Mrs Ashton?

Pas du tout. Bruxelles accuse les éditeurs français d'entente commerciale illicite sur l'édition numérique - un marché qui n'existe quasiment pas (il pèse actuellement à peine 1 % dans le chiffre d'affaire de l'édition). Bigre !

Le géant américain Google menace le droit d'auteur sur les textes numérisés, son congénère Amazon étend son empire sur la librairie en ligne, mais pour l'Union européenne, l'ennemi, c'est la France. La France, son culte de l'écrivain, son réseau de libraires préservé, son prix unique du livre. Son exception culturelle. L'expression ne plaît guère à Bruxelles. Elle sent son Vieux Continent, son monde ancien pour dire comme Zweig. Cher Zweig ! Dans une conférence de 1932, il notait: «Une autre sorte d'esprit que celui des poètes, des savants, des philosophes, travaille à une unification du monde, un esprit pour ainsi dire impersonnel, l'esprit technique du siècle.» Celui-ci aurait-il pris le pouvoir dans ce qui fut l'Europe de Plutarque, Cervantès et Goethe?

<http://www.lefigaro.fr>



Le papier, véritable révolution du livre?

11/07/2011

Alors que les tablettes numériques se multiplient sur le marché, les livres papier continuent de faire de la résistance. Dans une vidéo s'inspirant des publicités pour liseuses électroniques, le site espagnol leerestademoda.com, visant à promouvoir la littérature en Espagne, présente avec humour une "révolution technologique sans précédent" appelée "Book".

"Sans câbles, sans circuits électriques ni batteries, compacts et portables", précise le site, et si les ouvrages papiers constituaient finalement la vraie révolution du livre ?

Quand le papier s'inspire du numérique

Alors que les fabricants de tablettes redoublent d'ingéniosité pour imiter le livre en tant qu'objet (sensation du feuilletage papier, encre numérique), cette initiative n'est pas sans rappeler les démarches de certaines maisons d'éditions qui s'inspirent du numérique pour lancer de nouveaux formats de lectures.

Depuis avril dernier, l'éditeur *Deux Points* propose ainsi une collection ultra poche plus légère et plus compacte qu'un livre classique et permettant une lecture en mode paysage ([voir notre article](#)). Preuve qu'en termes de révolution numérique, le livre papier ne semble pas avoir dit son dernier mot...

<http://www.myboox.fr>

Les libraires et le livre numérique peuvent-ils faire bon ménage?

29-03-10 à 15:29

Alors qu'on nous promet l'explosion imminente du marché des e-books, des entreprises proposent aux libraires des outils et des catalogues leur permettant d'investir le marché des livres numériques. En profitant, par exemple, du Salon du Livre pour se faire connaître...

Même si son développement reste pour l'instant limité, le livre numérique suscite déjà certains espoirs mais également de nombreuses inquiétudes, liées notamment au rôle des librairies dans ce nouveau marché dématérialisé. Au Salon du livre des entreprises proposent ainsi un service susceptible d'enrichir l'offre des libraires en maintenant la profession dans la chaîne de distribution, afin que le livre numérique ne concurrence pas le marché traditionnel.



C'est le cas d'e-Pagine, une entreprise de logiciels informatiques créée en 2008 par Tite Live, qui cherche à apporter des solutions aux libraires en leur fournissant un catalogue de livres numériques qu'ils peuvent ensuite proposer à leurs clients. Un catalogue consultable aussi bien sur internet, via les sites de la société en question, des libraires et des bibliothèques, qu'en magasin.

Païement au libraire

Les clients qui décident d'acheter un livre référencé sur le site d'e-Pagine s'inscrivent tous en ligne auprès d'une librairie déjà existante qui leur expédiera le livre grâce à un lien adressé par courriel. Ils paient donc directement auprès du libraire.

En plus de ce rôle d'intermédiaire, des bases de données, logiciels web et outils de promotions clé en main nécessaires à la commercialisation du livre numérique sont proposés aux libraires.

Les éditeurs aidés eux-aussi

La société aide également les éditeurs à concevoir des livres numériques sur les supports PDF et ePub, des formats adaptés aux tablettes ou « liseuses » électroniques. C'est ce que plaide Elise Rabouam, pour le compte d'e-Pagine : « Certains libraires et éditeurs sont encore frileux à investir le numérique mais ils sentent qu'ils doivent s'y mettre. Ils ont donc besoin d'entreprises comme la nôtre pour les accompagner ».

Le bilan du marché du Livre 2010 : une année pleine de surprises



24 janvier 2011 -

En terme de vente de livres, l'année 2010 restera marquée par l'extraordinaire succès des conseils minceur de Pierre Dukan (près de 2 millions d'ouvrages vendus selon les mesures Ipsos/Livres Hebdo). A noter aussi le succès d'Indignez-vous, de Stéphane Hessel, dont les ventes se sont envolées en fin d'année pour terminer 2ème meilleure vente.

Marché du livre en 2010 : 268 millions d'ouvrages vendus neufs pour un chiffre d'affaires de 2,8 milliard d'euros

- La littérature générale au grand format représente à elle seule 26% du chiffre d'affaires devant la jeunesse (17%), la littérature poche (16%), la bande-dessinée (12%), les ouvrages pratiques (11%), les beaux-livres (6%), les guides touristiques et les cartes (6%), le parascolaire et les dictionnaires (5%) et l'Informatique (1%)

Ventes en ligne : un poids désormais significatif

- Les ventes en ligne représentent désormais 9% des ventes totales de livres en valeur, et 8% des ventes en volume. Ce circuit se situe derrière les librairies indépendantes (40% des ventes en valeur), les grandes surfaces culturelles (31% des ventes en valeur) et la grande distribution (20% des ventes en valeur)
- Le poids des ventes en ligne varie selon les marchés : plus élevé sur les sciences humaines et techniques (plus d'un ouvrage sur cinq est acheté en ligne), Internet représente déjà en 2010, 11% des ventes de romans et essais en grand format

2010 : une année pleine de surprises

- Véritable phénomène de l'année 2010, le succès rencontré par Pierre Dukan, dont près de 2 millions d'ouvrages auront été vendus sur l'année. A noter que son ouvrage « Je ne sais pas maigrir » sorti en poche en mars constitue la meilleure vente de l'année.
- « Métronome » de Lorant Deutsch qui avait déjà créé la surprise en 2009, apparaît cette année encore au palmarès des meilleures ventes (6ème position) et sa version

illustrée, de loin la meilleure vente sur le marché des beaux livres, fait également partie du TOP 50 des meilleures ventes de l'année.

- « Indignez-vous » de Stéphane Hessel, 2ème meilleure vente de l'année, aura également créé la surprise : après un démarrage timide lors de sa sortie en octobre, ses ventes se sont envolées en fin d'année. A noter que même au prix de 3€, aucun essai n'a jamais figuré devant un roman au palmarès Ipsos des meilleures ventes annuelles.

La littérature générale en grand format voit ses ventes progresser

- Avec plus de nouveautés qu'en 2009 et une rentrée littéraire réussie, les ventes de romans et essais en grand format ont progressé cette année de 1% en volume
- La fin de l'année aura quant à elle été mitigée avec des intempéries qui n'auront pas favorisé la fréquentation en magasin et l'absence de « grosse sortie » à l'approche des fêtes de Noël comme cela avait été le cas l'année passée
- Meilleure vente 2010 : « Indignez-vous » de Stéphane Hessel, au prix de 3 euros, qui a vu ses ventes s'envoler à la fin de l'année porté par les libraires. Parmi les meilleures ventes d'essais arrivent ensuite « Métronome » de Lorant Deutsch qui avait déjà créé la surprise en 2009 et Florence Aubenas « Le Quai de Ouistreham » au coude à coude avec Jean d'Ormesson « C'est une chose étrange à la fin que le monde »
- Côté romans, c'est Katherine Pancol qui arrive en tête avec « Les Ecureuils de Central Park sont tristes le lundi », suivie de Michel Houellebecq « La Carte et le territoire » (Goncourt 2010) et Guillaume Musso « La fille de papier ».

Le marché du pratique affiche cette année encore une forte croissance

- La progression des ventes sur ce marché (+3% en volume) est principalement due au succès spectaculaire du célèbre nutritionniste Pierre Dukan dont les ouvrages se sont vendus à près de 2 millions d'exemplaires.
- Si le marché des arts de la table continue à progresser sous l'impulsion des hypermarchés qui développent des exclusivités enseignes (coffrets et livres de cuisine à petit prix), le marché des coffrets qui avait connu en 2009 une forte croissance, semble montrer des signes de ralentissement.

Les autres marchés en revanche sont en retrait

- Avec des romans et des essais grand format qui se sont bien vendus, les ventes de **littérature au format poche** accusent cette année un recul (-3% en volume). Le fonds surtout voit ses ventes fortement baisser (-5% en volume) alors que la nouveauté progresse sensiblement (+1% en volume)
- La bonne tenue du marché de la **jeunesse** ne permet pas de compenser la baisse qui a suivi le succès phénoménal rencontrée par la saga « Twilight » de Stephenie Meyer en 2009 (- 6% en volume ; - 10% en valeur). Cette année encore, l'engouement autour de la bit-lit se confirme : plus d'un titre sur deux parmi les 10 meilleures ventes de romans en grand format est de la bit-lit.
- Malgré une baisse des ventes de **bande-dessinées (albums et mangas)** de -6% en volume, l'augmentation du prix moyen sur les albums permet au marché de contenir la baisse de chiffre d'affaires (-2%)
- Le marché des **guides touristiques** également est en recul suite à la forte baisse des ventes de guides d'hébergement et de restauration alors que les ventes des guides de

voyages reprennent (+2%) tirées par le développement du marché des « courts-séjours »

- La bonne tenue des ventes sur le marché des **beaux-livres** (0% en volume) est fortement liée au succès du « Métronome Illustré » de Lorant Deutsch et doit être relativisée par l'intégration dans le panel en septembre des ventes des librairies de la RMN non suivies jusqu'à présent.

Sur les circuits physiques seuls (hors ventes en ligne), les ventes de livres affichent une baisse de - 2,7% en valeur et - 3,1% en volume

- Un recul du chiffre d'affaires particulièrement marqué en librairies et en hypermarchés alors que le chiffre d'affaires dans les grandes surfaces culturelles progresse.
- Il faut préciser que l'année 2009 comportait 53 semaines versus 52 semaines en 2010, ce qui a eu pour effet d'accentuer le niveau réel de la baisse

Pour toute information, merci de contacter :

Emmanuelle Godard, Directrice de clientèle, 01 41 98 94 31,
emmanuelle.godard@ipsos.com

Fiche technique

Panel Livres Ipsos MediaCT : les données de ventes sont des estimations obtenues à partir des ventes réelles (ventes comptabilisées aux caisses des magasins), enregistrées en France métropolitaine, auprès d'un panel conséquent et représentatif des circuits de distribution de vente de livres neufs au détail : librairies de premier et de second niveau, grandes surfaces culturelles, grandes surfaces alimentaires et librairies en ligne. Il exclut les ventes réalisées à l'export et dans les Dom-Tom, les ventes aux grossistes et la VPC.

Les ventes en ligne ayant été intégrées dans le panel en janvier 2010, les évolutions de marché communiquées ne prennent pas en compte les ventes en ligne

Ipsos MediaCT est la spécialisation d'Ipsos dédiée au marché convergent des médias, des contenus et des nouvelles technologies. **Ipsos** est un des principaux groupes mondiaux d'études par enquête. Présent dans 66 pays, Ipsos emploie 9 000 collaborateurs et réalise un CA d'un milliard d'Euros, dont 90% hors de France (Ipsos France, 35 rue du Val de marne, 75013 Paris. Site Web : <http://www.ipsos.fr>)

ipsos.fr

II. Les dispositifs d'aide directe en faveur de l'économie du livre

Condition nécessaire mais jugée non suffisante à la préservation des grands équilibres de la filière, la loi Lang est complétée par des politiques de soutien direct aux acteurs du livre. Parmi ces dispositifs, ceux du Centre national du livre (CNL) ont une part déterminante. Les crédits d'intervention mis en œuvre par le Service du livre et de la lecture (anciennement la Direction du livre et de la lecture) viennent, pour leur part, consolider les efforts et les investissements des entreprises dans un certain nombre de domaines. Enfin, des aides directes spécifiques sont apportées par différentes institutions à chaque maillon de la "chaîne du livre".

La structure de l'**édition privée** est dominée par quelques grands groupes entourés d'une constellation de petites structures. Le développement des petites et moyennes maisons d'édition bénéficie d'un soutien au cas par cas apporté par le CNL (prêts ou avances pour des investissements éditoriaux ou renforcement des fonds propres ou de trésorerie) et d'aides attribuées par les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) pour des opérations d'information, de publication ou de promotion. L'Institut de financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC) apporte, quant à lui, sa garantie aux prêts consentis par des organismes bancaires à des maisons d'édition petites et moyennes. Enfin, le soutien à la présence des éditeurs à l'étranger revêt deux formes : le soutien promotionnel des éditeurs français dans les salons et les foires (Bureau international de l'édition française – BIEF) et l'aide à la distribution par l'intermédiaire de la centrale de l'édition ou du Centre d'exportation du livre français (CELF).

Selon le Syndicat de la librairie française, sur un nombre total de points de vente de livres, estimé à 25 000 en 2008, de 2 000 à 2 500 exercent la vente de livres à titre principal. Parmi ceux-ci, les **librairies indépendantes**, dont la rentabilité moyenne est estimée autour de 0,5% du chiffre d'affaires, font l'objet d'une politique de soutien spécifique. Elles sont en effet confrontées à la fois à la hausse de leurs charges d'exploitation (personnel, loyers en centre-ville), à la concentration grandissante du commerce du livre (FNAC, France Loisirs, supermarchés) et au développement des librairies en ligne. Comme les maisons d'édition, elles bénéficient de différentes mesures de soutien : subventions gérées par les DRAC pour le développement de l'entreprise ou de ses projets d'animation, aides du CNL sous forme de prêts sans intérêt pour le développement, la reprise ou la création de librairies indépendantes. Depuis 1995, elles bénéficient en outre d'aides à la constitution de fonds pour les librairies ou pour la création de fonds thématiques dans des domaines de "vente lente ou difficile", de concert avec les aides de l'Association pour le développement de la librairie de création (ADELC). Ces aides sont complétées par l'accès au fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce (FISAC). En juin 2003, ce dispositif a été relancé pour aider des commerces de moins de 400m² présentant au moins 7 000 références. Enfin, l'aide à l'accès au crédit bancaire se fait par l'entremise de l'IFCIC. Les librairies bénéficient par ailleurs de règles comptables spécifiques qui leur permettent de minorer la valeur de leurs stocks. Parmi les solutions avancées pour conforter la situation des librairies indépendantes, le rapport de la mission d'audit 2007 recommande la mise en œuvre d'une politique immobilière "appropriée" pour aider à l'implantation de librairies en centre-ville. Dans la ligne du rapport de Sophie Barluet, le rapport d'Antoine Gallimard (septembre 2007) propose également une série de mesures afin de soutenir le secteur de la librairie, y compris les établissements qui ne peuvent ou ne veulent solliciter la labellisation "Librairie Indépendante de Référence" (LIR). Parmi celles-ci figurent la création d'un fonds d'aide à la transmission destiné aux repreneurs éventuels des librairies, le soutien à la création d'un portail de libraires indépendants sur Internet ainsi que l'extension des aides économiques directes des communes et des départements aux librairies.

Le soutien par les **achats publics** concerne au premier chef l'édition scolaire. Il s'étend également aux ouvrages universitaires ou à la production scientifique et de sciences humaines, grâce aux achats des bibliothèques universitaires et des centres de recherche. Ce soutien obéit à un régime "administré" à double titre. D'une part, la production et la durée de vie des ouvrages sont étroitement encadrées par la définition et la modification des programmes arrêtés par le ministère de l'Éducation nationale. D'autre part, l'intervention des collectivités pour l'achat des livres et leur mise à disposition gratuite (communes pour l'enseignement primaire, État pour les collèges, et de plus en plus, conseils régionaux pour les lycées) fixe l'ampleur du marché que peuvent se partager les éditeurs (environ 130 millions d'euros par an). La volonté exprimée par les pouvoirs publics de parvenir au tout-numérique pour les manuels scolaires à l'horizon 2012 est-elle susceptible de remettre en cause ces soutiens ? Ces aides se déclinent en crédits attribués aux établissements scolaires qui procèdent à des achats globaux soumis aux procédures d'appels d'offre (environ 15% du marché), en aides versées aux familles (chèque-livres) et en aides à l'édition en sciences sociales et humaines sous forme d'aides directes du CNL (2,5 millions d'euros en 2008) ou de moyens en personnel.

L'activité de prêt en **bibliothèque** et les achats de livres par les bibliothèques exercent un effet de levier pour la littérature pour la jeunesse, largement promue par les sections jeunesse des bibliothèques publiques, ou pour des livres à petit tirage. Les crédits d'acquisition des bibliothèques permettent d'acquérir environ 2% des exemplaires vendus. La loi du 18 juin 2003 sur la rémunération au titre du prêt en bibliothèque a clos le débat suscité à propos de la concurrence entre pratiques d'emprunt et achats de livres par l'instauration d'un prêt payé à la fois par les libraires, bénéficiant du plafonnement des remises à hauteur de 9%, et par l'État, au prorata du nombre d'emprunteurs inscrits. Le droit au prêt versé en 2008 (15 millions d'euros) est réparti à parts égales entre 44 954 auteurs et 1 756 éditeurs. Le marché des acquisitions des bibliothèques publiques relève des collectivités territoriales. Il requiert des procédures de plus en plus formalisées et contraignantes d'appels d'offre, ce qui a pour conséquence d'orienter les acquisitions vers les grossistes et les grandes librairies, qui pratiquent les remises les plus élevées.

Du ressort du CNL, le **soutien à la publication d'ouvrages** bénéficie à des genres reconnus comme "difficiles" ou qui n'existeraient pas ou plus sur le mode marchand (philosophie, art, ouvrages scientifiques, actes de colloques, poésie...). Ainsi, en 2008, 545 subventions à l'édition (publication d'ouvrages) ont été versées pour un montant de 2,3 millions d'euros. En valeur, les subventions à l'édition affichent une progression globale significative de près de 8 %, accompagnée d'une aide moyenne en hausse de + 6,1 % (de 4 344 € en 2007 à 4 611 € en 2008).

Dans le cadre du Plan livre, **quatre mesures de soutien** supplémentaires ont été adoptées. La première concerne la création du Conseil du livre, organe interprofessionnel et interministériel chargé de débattre de grands sujets transversaux et de la mutualisation des études et expérimentations. La deuxième est le décret du 10 avril 2009 fixant les conditions d'obtention et d'instruction du label LIR, qui a permis d'instruire les premières demandes et qui ouvre la possibilité à une exonération de taxe professionnelle à compter de 2010. La troisième est la signature d'une convention entre l'État et l'ADELC créant un fonds de soutien à la transmission des librairies. La dernière mesure en date est la création d'un site d'offres légales (Gallica 2) pour la diffusion du livre numérique.

<http://www.vie-publique.fr>

La rentrée littéraire, exception française

Chaque automne, les livres font leur rentrée, déferlant par centaines dans les librairies.



Intérieur d'une librairie parisienne / Crédits: Loic Venance - AFP

Le premier roman dont on parle en cette rentrée littéraire 2011, c'est celui d'Alexis Jenni, un enseignant de Lyon, agrégé de sciences naturelles, qui publie *L'Art français de la guerre* (Gallimard), un roman fleuve captivant où s'entrelacent les époques et les lieux. Parmi les romans les plus remarquables ces jours-ci, *Le Ravissement de Britney Spears* (POL), de Jean Rolin, nous amène en Californie. Patrice Pluyette nous promet *Un été sur le Magnifique* (Seuil). Antoine Choplin change totalement de registre avec *Le héron de Guernica* (Le Rouergue). Emmanuel Carrère, l'auteur d'*un Roman russe* (2007) et de *D'autres vies que la mienne* (2009), publie le roman *Limonov*, consacré à la vie sulfureuse du poète et dissident russe éponyme, qui a vécu un moment à Paris. Amélie Nothomb figure également parmi les poids lourds de la rentrée, avec un vingtième roman qui s'intitule *Tuer le père* (Albin Michel). Eric-Emmanuel Schmitt revient avec *La femme au miroir* (Albin Michel). Également à l'affiche française de cette rentrée : Yasmina Khadra, Eliette Abécassis, Charles Dantzig, Michel Schneider, Sorj Chalandon, Eric Reinhardt, etc.

La rentrée littéraire est un rendez-vous obligé pour les éditeurs. Pourquoi cette saison plutôt qu'une autre ? Parce que c'est celle des grands prix littéraires. Dans le secteur de l'édition, les lauriers se ramassent en automne. Depuis la naissance du Goncourt en 1903 ou du Femina en 1904, les éditeurs ont adopté le calendrier de la rentrée littéraire, faisant de ce rituel une vraie exception française.

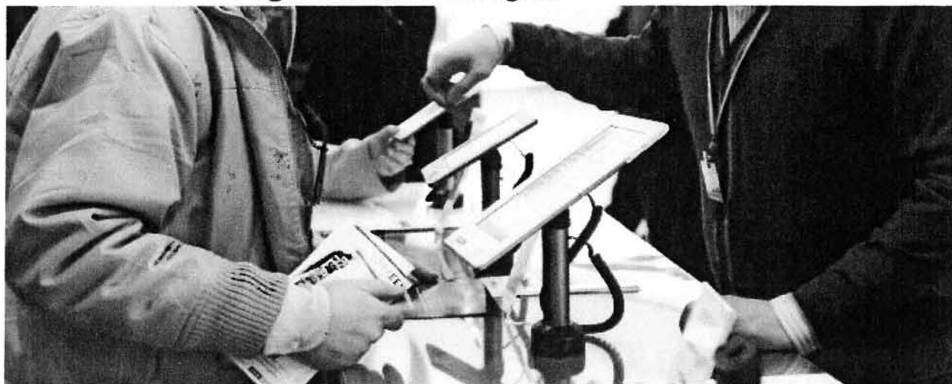
Ces dernières années, la somme des livres publiés à la rentrée n'a cessé d'augmenter. Le cru 1998 comptait 488 ouvrages, celui de 2000, 557. En 2007, la saison fut particulièrement riche avec 727 volumes. Le marché de l'édition connaît une croissance constante, en dépit du contexte économique. Car le livre résiste aux crises. Seul indice d'une légère frilosité conjoncturelle : pour le cru 2010, les éditeurs avaient misé sur des valeurs sûres, des écrivains célèbres et français.

<http://www.france.fr>

Prix unique du livre numérique : que dit la loi ?

Le Point.fr - Publié le 18/05/2011 à 12:35 - Modifié le 18/05/2011 à 13:03

Sites basés à l'étranger, grossistes ou libraires indépendants : les vendeurs e-books seront tous logés à la même enseigne.



Le prix des livres numériques sera fixé par les éditeurs français. © Christophe Morin / IP3 Press / Maxppp

Trente ans après la loi Lang, un nouveau texte prévoit que le prix des livres numériques fixé par les éditeurs français s'imposera à tous les diffuseurs "proposant des livres numériques aux acheteurs situés en France". Tel est le consensus scellé par la commission mixte paritaire après plusieurs navettes entre le Sénat et l'Assemblée nationale. Décryptage du texte de loi avec Cyril Chabert, avocat au barreau de Paris.

Le Point.fr : Avec ce nouveau texte, Amazon, Apple ou Google ne pourront pas vendre moins cher que les détaillants français...

Cyril Chabert : C'est effectivement la logique du dispositif mis en place. La loi sur le prix unique du livre numérique (PULN) est l'aboutissement d'une réflexion initiée en juin 2008 dans un rapport de Bruno Patino. Ce rapport préconisait la mise en place d'une mesure normative permettant aux éditeurs français de conserver la maîtrise du prix unique du livre homothétique, c'est-à-dire reproduisant à l'identique le contenu d'un livre imprimé, tout en admettant certains enrichissements, comme un moteur de recherche interne. L'idée était de permettre à chaque éditeur français de pouvoir fixer un prix minimum de vente au public pour les collections qu'il commercialise. En pratique, qui dit prix minimum unique d'acquisition d'un livre numérique (autrement dit d'un fichier) dit prix minimum unique de revente par le détaillant final.

Ce texte porte donc atteinte à la libre concurrence entre les diffuseurs ?

En permettant à chaque éditeur français de fixer un prix minimum plancher, l'objectif affiché est de préserver le secteur des pratiques concurrentielles tarifaires agressives, au moins pour le temps nécessaire à l'adaptation aux évolutions technologiques. Concrètement, il s'agit d'éviter que de gros opérateurs intermédiaires puissent se ménager un avantage particulier de dégressivité sur les fichiers qu'ils répercuteraient au détail en vendant à des prix inférieurs à celui économiquement possible pour les détaillants plus modestes.

Vous visez cette fameuse "clause d'extraterritorialité" qui serait contraire à la législation européenne ?

Précisément. La France a souhaité concilier le respect du droit communautaire et l'instauration d'une législation tenant compte des réalités du commerce électronique. Le droit communautaire prohibe les "restrictions quantitatives", à savoir les réglementations susceptibles d'entraver, directement ou indirectement, actuellement ou potentiellement, le commerce intracommunautaire. Schématiquement, il exige que la réglementation française n'entrave pas l'activité d'un acteur européen, qui doit pouvoir développer ses services dans des conditions comparables à celles qui sont les siennes dans son État d'établissement. L'article 2 prévoit que "toute personne établie en France qui édite un livre numérique dans le but de sa diffusion commerciale en France est tenue de fixer un prix de vente au public pour tout type d'offre à l'unité ou groupée. Ce prix est porté à la connaissance du public." L'éditeur établi en France fixe un prix pour toute collection qu'il lance à destination du public français. Ce prix est unique, en ce qu'il ne pourra être dégressif en raison de la puissance économique de l'acheteur, de sa position sur le marché, dominante ou marginale. L'article 2 s'abstient de régir les éditeurs étrangers qui demeurent libres de sortir une collection en langue française au prix qu'ils souhaitent. Le libellé est habile en donnant moins de prise à une discussion sur l'entrave aux libertés communautaires d'établissement et de circulation des services. L'éditeur établi hors de France peut importer ses ouvrages en France sans restriction et il peut les mettre sur le marché au prix qu'il souhaite. Par ailleurs, tout détaillant, où qu'il soit situé du moment qu'il développe une offre à destination d'un acheteur français, devra respecter le prix unique fixé par l'éditeur français. Techniquement, le législateur a recours ici à une loi de police. En pratique, cela signifie qu'un juge devra appliquer cette disposition en toute hypothèse, quel que soit le type de relation ou quelle que soit la nationalité du vendeur. Cette disposition se trouve au carrefour de la politique culturelle française et de préoccupations d'ordre concurrentiel, comme la nécessité d'assurer une concurrence égalitaire et non discriminatoire sur le terrain du commerce électronique. Les distributeurs français s'en féliciteront.

La France est-elle le premier pays à se doter d'une telle législation ?

Oui, et cela a été toute la difficulté. La version initiale de la proposition de loi était conçue de façon exclusivement territoriale. Mais le Sénat a immédiatement senti l'insuffisance d'un tel raisonnement, inadapté aux réalités du commerce électronique. C'est le "mauvais" exemple du système actuel de la rémunération pour copie privée (dite "taxe Sacem") qui provoque sur le marché français de graves distorsions de concurrence au préjudice de tous les acteurs français. On relève des différentiels allant de 1 à 6, avec parfois des montants représentant plus de 800 % du coût d'achat du produit. Or, ce prélèvement obligatoire n'est imposé que pour les distributeurs français, les distributeurs étrangers n'étant pas inquiétés. Si bien que, mathématiquement, cette inadaptation du régime français crée un avantage tarifaire inégalable pour les distributeurs étrangers, provoquant une cause majeure d'hémorragie des ventes et in

fine les montants qui devaient être collectés pour les auteurs. Le système en place dessert l'objectif prétendument servi. Soucieux de ne pas tomber dans un tel paradoxe, le Sénat a souhaité anticiper ce périmètre extra-national. Mais toute la difficulté fut de veiller à ne pas tomber de Charybde en Scylla : il ne fallait pas, en effet, pour éviter de créer des distorsions de concurrence par une législation peu adaptée, en venir à adopter une loi qui sera finalement en contradiction avec d'autres principes fondamentaux du droit de la concurrence.

La loi française est-elle pour autant incontestable ?

Pas tout à fait. La proposition de loi avait fait l'objet de réserves de la part de la Commission européenne dans un avis circonstancié, et la France va devoir exposer dans quelle mesure elle a tenu compte desdites observations et pour quelles raisons. Il y a donc une explication à avoir avec la commission qui, si elle ne s'estime pas convaincue, pourrait saisir la Cour de justice sur la loi PULN. En outre, il n'est pas inimaginable que certains importants acteurs étrangers, comme Amazon et Google, souhaitent discuter de l'applicabilité de cette loi. Le débat est donc loin d'être éteint, mais le législateur a voulu que dans l'intervalle la règle d'une limitation de concurrence sur les prix soit fixée au nom de la sauvegarde de la diversité culturelle.

Les groupes d'édition en France

► Les 12 plus grands éditeurs, selon le CA*, en 2005, 2006.	Nom de l'éditeur	Maison mère et pays	CA 2005	CA 2006	2007 : % du CA des 230 premiers éditeurs
	Hachette-Livre	Lagardère SCA (F)	1706	1432	29,8
	Editis	Wendell Investissement (F)	776	717	11
	France-Loisirs	Berstelmann (D)	402	404	5,9
	Éditions Atlas	Di Agostini (NL)	390	388	5,8
	Média Participations	Média Participations (B)	301	309	4,3
	La Martinière-Le Seuil	La Martinière Groupe (F)	227	260	3,9
	Groupe Flammarion	RCS (I)	254	238	3,5
	Groupe Gallimard	Madrigall (F)	257	221	3,3
	Lefebvre Sarrut	Frojal (F)	227	214	3,3
	Groupe Albin Michel	SHP (F)	228	212	3
	Reed-Elsevier	Reed-Elsevier (GB/NL)	155	189	2,3
	Wolters-Kluwer	Wolters-Kluwer (NL)	148	137	2,1
	Total		5071	5378	78,2

Source : « Le marché du livre 2007 », Supplément au n° 682 de *Livres Hebdo*, 23 mars 2007, et « Le marché du livre 2007 », Hors série chiffres de *Livres Hebdo*, 11 avril 2008.

*CA : chiffre d'affaires

<http://mediadix.u-paris10.fr>

site consulté le 12/12/2011

C CORRIGÉ

PARTIE 1 :

Donner un titre au dossier documentaire

(2 points)

Le marché du livre en France : bilan et perspectives.

PARTIE 2 :

Elaborer un plan à partir du dossier documentaire

(2 points)

Voir la proposition de corrigé de la synthèse

PARTIE 3 :

Répondre succinctement aux trois questions suivantes

(2 points x 3 questions)

1. Le livre numérique est-il l'ennemi du livre papier ?

En termes de parts de marché, la menace est moins actuelle qu'à venir : le livre numérique ne représente que 1,8 % du chiffre d'affaires (juillet 2011) du marché du livre en France (doc. 2), un taux nettement plus faible qu'ailleurs. La bonne santé du livre papier serait donc la contrepartie de la faiblesse du marché du numérique.

Les libraires se sentent les plus menacés : risque de disparition de la chaîne de distribution (doc. 6), impact de la hausse de la TVA sur le livre papier et de sa baisse sur le livre numérique (doc. 1) ; même si des possibilités sont offertes aux libraires de trouver leur place sur ce nouveau marché : consultation de catalogue d'e-books et paiement en librairie (doc. 6) ; et les pouvoirs publics garantissent le prix unique (PULN) (doc. 10).

Les éditeurs de livres papier se mobilisent aussi. Ils se lancent dans le livre numérique en passant des accords avec Amazon et d'autres fournisseurs de support numérique (doc. 2). Ils innovent également, en s'inspirant du numérique, pour soutenir et/ou relancer l'édition papier : publication de livres dans un format paysage (Editions Deux points) (doc. 5).

2. Comment l'Etat contribue-t-il à réguler le marché du livre ?

- Par l'encadrement réglementaire : lois sur le prix unique ou minimum.

Loi Lang (1981) sur le livre papier dans le but de défendre les détaillants indépendants menacés par les grandes surfaces, et de favoriser la qualité (diversité éditoriale) au détriment du prix.

Loi sur le prix unique du livre numérique (PULN, 2011) conduisant les éditeurs à imposer un même prix à tous les diffuseurs qui vendent des livres numériques à des acheteurs se trouvant sur le territoire français, dans l'objectif d'assurer « une concurrence égalitaire et non discriminatoire » (doc. 10).

- Par des aides directes et spécifiques aux acteurs du livre.

A destination des éditeurs : subventions versées aux petites et moyennes maisons d'édition, achats publics (acquisitions des bibliothèques publiques et rémunération des éditeurs au titre du prêt, achats de manuels scolaires par les collectivités territoriales).

A destination des librairies indépendantes : aides financières à la constitution de fonds, 2 nouvelles mesures du Plan livre : création du label LIR (2009) et d'un fonds de soutien à la transmission des librairies.

- Par l'instrument fiscal

L'impact sur le marché du livre de la manipulation de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), à la hausse (le taux passe de 5,5 % à 7 % à partir de janvier 2012), et à la baisse (la TVA sur le livre numérique, de 19,6 %, va être alignée sur le papier à compter de janvier 2012) (doc. 1).

3. En matière de livre, existe-t-il une exception française ?

Oui, il existe bien, et il persiste même, une exception française. A un triple niveau (doc. 4) :

- Le culte du livre et de l'écrivain : le livre, un « produit de première nécessité » (doc. 1) ; le phénomène des « rentrées littéraires » (doc. 9) et des prix littéraires (depuis le Goncourt, 1903), le livre en France ne connaît pas la crise (marché en croissance) (doc. 9).
- L'existence d'un réseau de librairies indépendantes grâce au soutien des pouvoirs publics (doc. 8).
- La politique du prix unique : sur le livre papier (loi Lang, 1981) (doc. 3) et sur le livre numérique (loi PULN, 2011) (doc. 10).

PARTIE 4 :

Faire une synthèse concise, objective et ordonnée entre 450 et 500 mots, introduction et conclusion comprises.

(10 points avec variation de + ou – 2 points pour l'orthographe)

Introduction

- **Annonce du sujet** : Le livre numérique débarque en France (doc. 2)
- **Définition et discussion** : Le livre, un bien culturel ; le marché du livre, un marché pas comme les autres, en raison d'une forte régulation publique. Et un marché marqué par la révolution numérique annonciatrice d'une remise en cause des positions et pratiques des éditeurs comme des libraires.
- **Problématique** : Existe-t-il une exception française en matière de livre ? Et si oui, est-elle durable ?

1. La singularité du marché du livre français

a) Les caractéristiques du marché du livre

- Le succès du livre
Volume et diversité de la production et des ventes (en ligne/physiques) (doc. 7), livre numérique quasi-inexistant (doc. 2) les « rentrées littéraires » (doc. 9)
- L'offre
Éditeurs : coexistence de grands groupes (doc. 11) et d'une multiplicité de petits éditeurs (doc. 8)
- La diffusion
Réseau de petites librairies indépendantes (doc. 1, 6 et 8) à côté de très grands diffuseurs (doc. 8)

b) Un marché marqué par l'action régulatrice des pouvoirs publics (question 2)

- La politique du prix unique
De la loi Lang (1981) (doc. 3 et 8) à la loi sur le prix unique du livre numérique (2011) (doc. 10)
- De nombreuses autres mesures de soutien aux acteurs du marché (doc. 8)
- Le recours à l'instrument fiscal : la TVA

2. Quelles évolutions pour le marché du livre ?

a) L'avenir du livre papier (toute la question 1)

- Comment le livre numérique menace le livre papier
- Les stratégies des acteurs privés pour y faire face

b) Les pouvoirs publics : une action régulatrice qui ne faiblit pas

- Loi sur le prix unique du livre numérique (2011)

Contenu et objectifs (doc. 10)

- Le Plan Livre

Quatre nouvelles mesures de soutien (doc. 8)

- La TVA sur le livre (papier et numérique)

Controverse sur son bienfondé et ses effets (doc. 1)

Conclusion : récapitulation et ouverture (en posant, par exemple, la question de la place de l'Etat dans l'économie de la culture)

Commentaire des correcteurs

Faute d'une attention suffisante portée à l'ensemble des documents du dossier, le sujet a été très souvent mal délimité, les candidats focalisant leur attention sur le livre numérique et la concurrence qu'il est susceptible de représenter pour le livre papier.

Beaucoup trop de fautes d'orthographe et de grammaire qui nuisent à la note finale, malgré les réelles qualités d'analyse et de synthèse de certaines copies.

Un nombre important de copies sont incomplètes (une question non traitée, une deuxième partie de synthèse inachevée). Faut-il rappeler aux futurs candidats qu'il est important non seulement de *savoir* ce qui les attend, mais aussi de *faire* en s'exerçant à partir des annales disponibles, pour, en fin de compte, *savoir-faire* le jour de l'épreuve ?!

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE 15.

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux **40** questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

- 1) My friend Sally makes a living in Birmingham she can.
A. the best B. as best
C. better than D. the better
- 2) The banker has proposed
A. a new solution to us. B. a new solution upon us.
C. us a new solution. D. a new solution on us.
- 3) worries me is that I can't find my car anywhere in the parking lot.
A. Which B. That
C. What D. The thing
- 4) It's about time our 28-year-old son looking for a job!
A. has started B. starts
C. is starting D. started
- 5) are you getting up so early for? It's only 6:00 am!
A. When B. Why
C. How D. What
- 6) What would you do if your guests come?
A. weren't B. didn't
C. hadn't D. haven't
- 7) Susie spent of her youth in South Africa.
A. most B. the most
C. least D. the least

- 8) I refuse to take no
A. in answer B. for an answer
C. for answer D. for answering
- 9) This song reminds my trip to the United States.
A. to me B. me of
C. of D. me
- 10) Can one live writing these days?
A. of B. in
C. by D. with
- 11) I hoped leave me alone!
A. you should B. you'll
C. you'd D. you
- 12) It's essential that Michael early next Tuesday.
A. could leave B. leave
C. might leave D. would leave
- 13) André Agassi played tennis a few years ago.
A. remarkable B. so remarkable
C. remarkably D. that remarkable
- 14) My uncle smokes 20 cigarettes a day.
A. nothing less but B. not short of
C. not far D. no fewer than
- 15) Thanks to a new treatment from the United States, the doctor save his patient.
A. was allowed to B. had to
C. could D. was able to
- 16) If we don't take a taxi to the station, the high-speed train
A. is already leaving B. has already left
C. will already leave D. will already have left
- 17) Thanks for the flowers. It's kind of you!
A. thus B. so
C. so much D. that much
- 18) You will receive the document tomorrow, as yesterday.
A. it has been sent B. it was sent
C. being sent D. sent
- 19) Bernard Madoff received prison sentence.
A. for 150 years B. 150 years'
C. 150-year D. a 150-year

- 20) This is the worst film I have seen.
 A. still B. never
 C. ever D. already
- 21) There is nothing we can do about it
 A. is there? B. isn't it?
 C. is it? D. isn't there?
- 22) Pamela had just finished ironing when her cell phone
 A. was ringing B. rings
 C. rang D. is ringing
- 23) I have bought two different cakes, so you can choose
 A. any. B. either.
 C. neither. D. each.
- 24) I am sorry you so long.
 A. to have kept/from waiting B. keeping/waiting
 C. to keep/from waiting D. to have kept/waiting
- 25) Do you mind the window?
 A. I open B. that I open
 C. if I open D. me to open
- 26) "Will Jonathan come with us to the concert?" "I hope!"
 A. not B. no
 C. none D. that not
- 27) Until you got in touch with me yesterday, I had no idea
 A. that I was doing B. what to do
 C. as I did D. which I am doing
- 28) I fear that the current recession
 A. is here on a stay B. is staying here
 C. is here to stay D. stays here
- 29) Your mother said we'd go to the beach as soon as we ready.
 A. would be B. should be
 C. will be D. were
- 30) Charles Taylor was first appointed CEO in 2001, and CEO
 A. was/since. B. has been/ever since.
 C. had been/then. D. has been/long ago.
- 31) The sales manager was not interested in the new project and she had not expected him
 A. to B. so
 C. to be such D. to be

32) I'm afraid I don't understand what

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| A. this phrase means | B. does this phrase mean |
| C. means this phrase | D. do es mean this phrase |

33) 50 years since my grandfather the company.

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| A. It has been/has founded | B. There are/founded |
| C. There is/has founded | D. It is/founded |

34) "Did you go to Hong Kong last summer?"

"No, I didn't. I there in fact. "

- | | |
|-------------------|--------------------|
| A. never went | B. have never been |
| C. had never been | D. have never gone |

35) We are not position to give you a positive answer yet.

- | | |
|---------|------------|
| A. in | B. in the |
| C. in a | D. in such |

36) We've been working hard the beginning of the month.

- | | |
|----------|----------|
| A. on | B. while |
| C. since | D. for |

37) Come and see us as soon as you at Newark. International Airport.

- | | |
|----------------|---------------------|
| A. are landing | B. land |
| C. will land | D. will have landed |

38) I went to India last summer and had a lovely time there.

- | | |
|--------------|--------------|
| A. on myself | B. by me |
| C. by myself | D. to myself |

39) This breakdown wiU involve a two delay.

- | | |
|-----------|----------|
| A. -hour | B. hour |
| C. hour's | D. bours |

40) The war in that part of the world must have last spring.

- | | |
|---------------|----------------|
| A. broken up | B. broken down |
| C. broken out | D. broken in |

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	A	C	D	D	B	A	B	B	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	B	A	D	D	D	B	B	D	C
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	C	B	D	C	A	B	C	D	B
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
D	A	D	B	C	C	B	C	A	C

RAISONNEMENT LOGIQUE

DURÉE : 1 HEURE

I N S T R U C T I O N S

Barème :

PARTIE 1 :

Questions 1 à 20 coefficient 1 chacune

PARTIE 2 :

Questions 21 à 23 coefficient 2 chacune

PARTIE 3 :

Questions 24 et 25 coefficient 2 chacune

Pour ces 25 questions, vous disposez de 4 choix possibles. Vous ne devez cocher qu'une seule case.

Le barème est établi de la manière suivante :

- Réponse bonne : + 1
- Réponse fausse : 0
- Pas de réponse : 0

S U J E T

PARTIE 1 :

coefficient 1 pour chaque question

1. Quel nombre continue la série suivante :

11 9 13 7 15 5

A) 10 B) 16 C) 3 D) 17

2. Un distributeur de boissons froides, propose du jus d'orange dans des bouteilles de contenance 20 cl. La bouteille coûte 0,80 € Combien coûte 1 ,5 litre de jus d'orange ?

A) 4 € B) 4,80 € C) 5 € D) 6 €

3. Soit $A = \frac{4}{3} - \frac{1}{2} \times \left(\frac{1}{3} - \frac{3}{2} \right)$. Sous forme de fraction irréductible A peut s'écrire :

- A) $-\frac{1}{3}$ B) $\frac{3}{4}$ C) $\frac{5}{12}$ D) $\frac{23}{12}$

4. Le prix affiché d'un article est de 1800 €. On vous accorde une remise de 540 €. Le pourcentage de remise est de :

- A) 20 % B) 30 % C) 70 % D) 80 %

5. Pour se déplacer, Thomas utilise pendant la même durée, le vélo, la voiture et le train. Le train va 2 fois plus vite que la voiture qui, elle, va 5 fois plus vite que le vélo. En tout il parcourt 640 km. Combien de km parcourt-il en voiture ?

- A) 40 B) 200 C) 240 D) 400

6. Des figures sont vendues à l'unité. Si 36 de ces figures sont vendues 5,40 €, combien valent 24 de ces figures ?

- A) 3 € B) 3,60 € C) 4,20 € D) 4,60 €

7. L'une des solutions de l'équation $x^3 + 2x^2 - x - 2 = 0$ est :

- A) -2 B) 0 C) 2 D) 4

8. Vous organisez une manifestation culturelle et vous voulez distribuer des tracts pour vous faire connaître. Vous devez payer 84 € les 1500 premiers puis x € la centaine supplémentaire. Vous dépensez 119 € pour la fabrication de 2200 tracts, combien vaut x ?

- A) 4 € B) 4,50 € C) 5 € D) 5,50 €

9. Si $4x + 2y = 13$ et $\frac{x}{2y} = 3$ alors x est égal à :

- A) 0,5 B) 1 C) 2 D) 3

10. Au pays Concoursland, la TVA est à 25 %. Un objet est mis en vente 300 euros TTC. Quel est le prix HT ?

- A) 75 B) 225 C) 240 D) 250

11. Si x est un nombre réel qui vérifie l'inéquation $3x - 2 < 7x + 3$. La valeur de x vérifie :

- A) $x < -\frac{1}{4}$ B) $x > \frac{1}{4}$
C) $x < -\frac{5}{4}$ D) $x > -\frac{5}{4}$

12. L'équation de la droite (D) est $6x - 2y - 8 = 0$. Quel point appartient à la droite (D) ?

- A) (6 ; 2) B) (2 ; 6) C) (3 ; 5) D) (5 ; 3)

13. Une journée dure 24 h. Mathieu consacre $\frac{1}{3}$ de son temps au sommeil, $\frac{1}{12}$ au repas, 6 heures pour les loisirs et le reste au travail. Combien de temps Mathieu travaille-t-il ?

- A) 4h B) 6h C) 8h D) 10h

14. Un article a subi deux augmentations successives. L'une de 5 % et l'autre de 4 %. Son prix est alors de 218,40 € Quel est son prix avant augmentation ?

- A) 200 € B) 200,40 € C) 209 € D) 209,40 €

15. Quel est l'intrus ?

- A) Marcher B) Médire C) Maudire D) Militer

16. Quel est le couple manquant ?

Téléphone (4,5) Minérale (4,4) Algorithme (4,6) Carnassier ?

- A) (5,6) B) (6,5) C) (4,6) D) (6,4)

17. Quel mot doit remplacer le point d'interrogation ?

Quadrature - Raccourci - Rocaille - Sarcler - ?

- A) Sangle B) Sapin C) Sauvage D) Saule

18. Quelles lettres doivent remplacer le point d'interrogation ?

ARTICLE.EA EPI.IE OCTOBRE.EO UNIQUE.?

- A) EU B) UE C) EO D) EI

19. La phrase est incomplète : le dernier mot manque. Choisissez parmi les mots proposés celui qui convient le mieux.

ski est à neige ce que voilier est à ...

- A) vent B) mer C) course D) météo

20. Cette phrase est incomplète : le premier et le dernier mot manquent. Choisissez parmi les couples suivants celui qui convient le mieux.

... est à cheveux ce que boulanger est à ...

- A) ciseaux/pétrin B) coiffeur/farine D) artisan/pain C) tête/levure

PARTIE 2 :

coefficient 2 chacune

21. Quelle est la valeur de y dans le système suivant :

$$\begin{cases} x + 3y - z = -2 \\ -x + y = -1 \\ 2x + y - 2z = -4 \end{cases}$$

- A) 0 B) 3 C) 1 D) -1

22. Quelle est la valeur de x dans le système suivant :

$$\begin{cases} x + y - z = 6 \\ y = 2x \\ x - y + z = -4 \end{cases}$$

- A) -3 B) 1 C) -1 D) 2

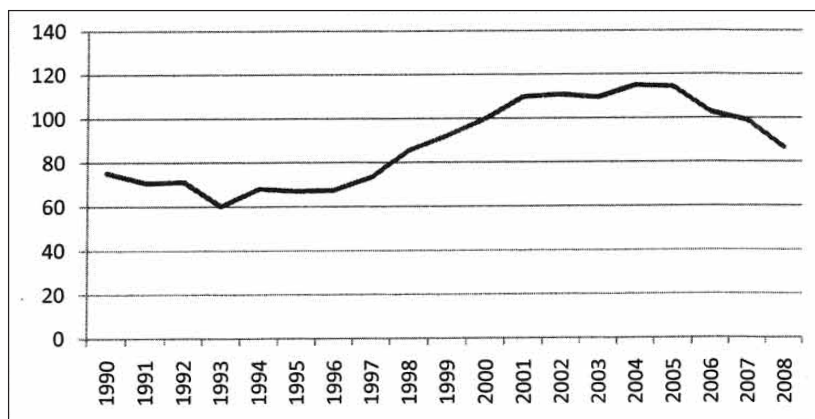
23. Un terrain rectangulaire a 220 m de périmètre. En diminuant sa longueur de 2 m et en augmentant sa largeur de 2 m, son aire augmente de 16 m². Quelle est la longueur initiale de ce terrain ?

- A) 50 B) 60 C) 100 D) 120

PARTIE 3 :

coefficient 2 chacune

Le graphique ci-dessous représente l'évolution de l'indice de la construction automobile de 1990 à 2008 (Base 2000, source Insee).



24. L'indice de la construction automobile a été durant cette période le plus important en :

- A) 1993 B) 2000 C) 2001 D) 2004

25. Entre 1993 et le 2001 cet indice a vu sa valeur augmenter de :

- A) 50 % B) 83 % C) 100 % D) 183 %

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	D	D	B	B	B	A	C	D	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
D	C	C	A	A	C	A	A	B	B
21	22	23	24	25					
A	B	B	D	B					

ESPAGNOL

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE.

I N S T R U C T I O N S

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

Q C M

- 1) Las estatuas de este museo son y representan a personajes conocidos.
A. de cera B. por cera C. en cera D. para cera
- 2) Esta es tu habitación, tus cosas donde quieras.
A. pone B. pon C. pones D. pongas
- 3) Me han dicho que el nuevo responsable del departamento de Comunicación.
A. eres B. estás C. estáis D. sois
- 4) De todas las canciones del álbum me ha sorprendido es la primera.
A. el que más B. las que más C. los que más D. la que más
- 5) Si muy conocido no podría pasear por la calle tranquilamente.
A. estuviera B. fuera C. estuviesen D. fueran
- 6) Cierre los, tengo una buena sorpresa para usted.
A. hojas B. ojal C. ojos D. ojo
- 7) temprano si quieres que te lleve mañana al aeropuerto.
A. Levantaros B. Levántate C. Levántense D. Levantémonos
- 8) Su Eduardo es el hijo de su hermana.
A. sobrino B. nieto C. primo D. hijo

- 9) Lo que dice ese político es interesante y quiero hasta el final.
A. escucharlo B. escucharla C. escucharlas D. escucharles
- 10) Te llamaría todos los días por teléfono si hacerlo.
A. pondré B. pondría C. pudiera D. podía
- 11) Ese sofá es cómodo el nuestro.
A. tanta como
B. tan como
C. tan que
D. tanto que
- 12) Si quieres viajar este verano, lo necesario para aprobar todas las asignaturas.
A. hacéis B. hagas C. haz D. hace
- 13) Los de cocina están en el primer cajón.
A. tripas B. tropas C. torchas D. trapos
- 14) La silla estaba rota y la secretaria se cayó
A. al sentarse
B. sentado
C. en sentándose
D. al sentar
- 15) Tienen que comprar las de los dos dormitorios.
A. rieles B. cortinas C. cartones D. cartulinas
- 16) Es la zona de la ciudad, pero la gente es muy agradable y servicial.
A. la más pobre
B. más pobre
C. la paupérrima
D. menos pobre
- 17) Todos los profesores que trabajar en las dos escuelas.
A. tendrán B. tengan C. se tendrán D. tendría
- 18) Es una historia muy complicada pero quieren que sus hijos la verdad.
A. sepan B. sepa C. supieran D. de saber
- 19) El responsable de Recursos Humanos está con el director.
A. hablar B. al hablarlo C. hablando D. hablado
- 20) Todo el mundo sabe que la persona más tranquila del mundo.
A. he B. tengo C. estoy D. soy

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	B	A	D	B	C	B	A	A	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	C	D	A	B	B	A	A	C	D

ALLEMAND

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

QCM

- Hast du deine Freunde?
A. mitbringen
B. mitgebracht
C. gebracht mit
D. bringen mit
- Wir müssen uns unsere Geschwister kümmern, sie sind noch klein
A. in B. an C. um D. auf
- Nachdem wir unser ganzes Geld, bekamen wir Probleme mit unserer Bank.
A. auszugeben
B. ausgeben
C. ausgegeben hatten
D. ausgegeben haben
- Hier man nicht parken. Es ist verboten.
A. kann B. darf C. muss D. will
- Er ist seit Woche verschwunden.
A. eine B. eines C. einen D. einer
- Möchtest du ein Fahrrad zu Weihnachten? - Nein ich möchte einen Motorroller.
A. besser B. lieber C. viel D. mehr

- 7) Ich werde ihm helfen, obwohl
- A. er es nicht verdient hat
B. er hat es nicht verdient
C. verdient er es nicht hat
D. es nicht verdient er hat
- 8) Sag mir bitte die Lösung, du sie kennst.
- A. ob B. wenn C. als D. was
- 9) Wirst du nächste Woche besuchen?
- A. mein B. mir C. mich D. meiner
- 10) Wo diese Stadt? In Süd- oder in Norddeutschland?
- A. liegt B. sitzt C. steht D. findet
- 11) Als er seinen ersten Roman schrieb,
- A. er war noch sehr jung
B. war er noch sehr jung
C. er noch sehr jung war
D. war noch sehr jung er
- 12) Was ihr an unserer Stelle geantwortet?
- A. hattet B. hättet C. hatten D. hätte
- 13) Herr Müller, sich bitte in die erste Reihe!
- A. setzen B. sitzen C. setzen Sie D. sitzen Sie
- 14) Hol bitte die Wäsche! Sie hängt draußen im Garten, und es beginnt zu regnen.
- A. raus B. rein C. mit D. auf
- 15) Die Freundin, mit ich ans Mittelmeer fahren wollte, ist leider krank geworden.
- A. die B. der C. des D. deren
- 16) Dieses Buch 1999 veröffentlicht.
- A. werde B. wird C. wurde D. ist
- 17) Wir haben keine Eier mehr. - Ich gehe einkaufen und bringe mit.
- A. welche B. eine C. diese D. den
- 18) Es tut mir leid, ich habe jetzt keine Zeit für dich.
- A. aber B. obwohl C. deshalb D. dann
- 19) Er zeigt den Leuten einen Computer.
- A. andere B. anderem C. anderer D. anderen
- 20) bist du in der Stadt begegnet? - Meinem Chef.
- A. Wer B. Wen C. Wem D. Was

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	C	C	B	D	B	A	B	C	A
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	B	C	B	B	C	A	A	D	C

CHINOIS

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

QCM

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1 A 这样我们就可以多读书。 | 5 A 你得你国外生活的开。 |
| B 这我们就可以多读书。 | B 你觉得你在国生开心。 |
| C 这样们就可以多读书。 | C 你觉得在外生活心。 |
| D 这样我们就可以多书。 | D 你觉得你在国外生活的开心。 |
| 2 A 最近压力来越大。 | 6 A 要好要不然不能上大学。 |
| B 最近压力越大。 | B 要考好要不然不能上大学。 |
| C 近压力越来越大。 | C 考要不然不能上大学。 |
| D 最近压力越来越大。 | D 要考好要然不能上大学。 |
| 3 A 比商店的。 | 7 A 我在本国学汉语。 |
| B 商店的多。 | B 我本国学汉语。 |
| C 比商店好的多。 | C 我在国学汉语。 |
| D 好的多比商店。 | D 我在本汉语。 |
| 4 A 我也不道去国家留学。 | 8 A 我说的汉语是在本国学的。 |
| B 也不知去哪家留学。 | B 我说汉语是在本国学的。 |
| C 我也不知道去哪个国家留学。 | C 我说的汉语本国学的。 |
| D 也不我知道去哪个国家留学。 | D 我说汉语是本国学。 |

- 9 A 你一人来这儿吗？
B 你个人儿吗？
C 一人来这儿吗你？
D 你一个人来这儿吗？
- 10 A 国留学的青年女人真的越来越多。
B 在国外留学的青年女人真的越来多。
C 在外学的青年女人真的越来越多。
D 在国外留学的青年女人真的越来越多。
- 11 A 我国外认识大部份的我好朋友。
B 我在外认识大部份的我好朋友。
C 我在国外认识大部份的我好朋友。
D 我国外认识大部份的友。
- 12 A 要在北京马术俱乐部你马术吗？
B 你北京马术俱乐部学马术吗？
C 你要在北京马术俱乐部学马术吗？
D 你要北京术俱乐部学马术吗？
- 13 A 在她法国学的。
B 在法国学的她。
C 在她法国学的。
D 她在法国学的。
- 14 A 今天中午我一定的太多。
B 今天中午我一定吃的太多。
C 今天午我一定吃的太多。
D 今中我定吃太多。
- 15 A 我什么都吃不下。
B 在什么都不下。
C 选在什么不下。
D 我选在都吃不下。
- 16 A 对你来上海女孩全国的最漂亮的女儿。
B 对你来说上海女孩是全国的最漂亮的女儿。
C 你来上海女孩是全国的最漂亮的女儿。
D 对上海女孩全国的最漂亮的女儿。

- 17 A 我次来你家时就要迷路。
B 我每一次你家时就要迷路。
C 我每一次来你时就要迷路。
D 我每一次来你家时就要迷路。
- 18 A 怕我考的不好。
B 我考的不好怕。
C 我怕考的不好。
D 我怕考怕的不好。
- 19 A 你父母亲我都很热情。
B 你父母亲对我都很热情。
C 父母亲你对我都很热情。
D 父母亲对我都你很热情。
- 20 A 红色是一个真好看的颜色。
B 红是一个真好看的颜。
C 红色是一真好看的颜色。
D 红是一真好看颜色。

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	D	C	C	D	B	A	A	D	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	C	D	B	A	B	D	C	B	A

ITALIEN

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE

INSTRUCTIONS

Cette épreuve comporte deux parties comptant chacune pour la moitié de la note finale.

- Répondre aux 20 questions de QCM

Le candidat doit choisir une seule réponse parmi 4 choix possibles et cocher la case correspondante. Un point est attribué pour chaque bonne réponse, aucun point n'est attribué pour une mauvaise réponse ou une absence de réponse.

QCM

1) crisi economica che sta attraversando la Grecia in questo momento è una più gravi della sua storia.

- A. il - dei B. la - delle C. lo - delle D. la - dei

2) Allo spettacolo di ieri sera pochissima gente.

- A. c'erano B. c'eravano C. c'era D. c'eramo

3) Cortina d'Ampezzo è una destinazione invernale..... molto frequentata da turisti italiani e stranieri.

- A. e - e C. a - a B. a - e D. e - a

4) guardavo la televisione, ho sentito un forte rumore, mi sono affacciato alla finestra.

- A. Allora che - così
B. Poiché - perché
C. Siccome - sicché
D. Mentre - così

5) «Conosci Alessandro Saricco?» «Sì, sto leggendo ultimo libro».

- A. la sua B. suo C. il suo D. lo suo

6) Il re di Francia Enrico disse: «Parigi val bene una messa».

- A. il quarto B. quarto C. quattro D. quattresimo

7) Quando presenta ad un colloquio di lavoro, veste in modo elegante e sobrio.

- A. ci si - ci si B. ci si - si C. si ci - si ci D. si-si

- 8) Ho assistito all'esame d'inglese e le domande mi difficili.
 A. hanno sembrato
 B. hanno sembrate
 C. sono sembrato
 D. sono sembrate
- 9) «Signor Martini, è questo il Suo bagaglio? Vuole che porti su in camera?».
 A. gliela B. glielo C. gliele D. glieli
- 10) «Sei già stata a Courmayeur in Valle d'Aosta?» «No, non sono mai andata Alpi».
 A. sulle B. nelle C. alle D. ai
- 11) L'azienda lavoriamo è specializzata nella produzione di materiale elettronico.
 A. a cui B. per chi C. alla quale D. per cui
- 12) La Lombardia è regione popolosa d'Italia.
 A. la -la più B. Ø - più C. la - più D. Ø - la più
- 13) Quanto mi fare quel viaggio! Purtroppo non è stato possibile.
 A. avrebbe piaciuto
 B. sarebbe piaciuto
 C. piaceva
 D. piacerebbe
- 14) Ho sentito poco fa alla radio che oggi uno sciopero degli aerei.
 A. c'è
 B. ci sarà stato
 C. c'era stato
 D. ci fu
- 15) È la persona più generosa ed altruista che io
 A. ho mai conosciuto
 B. avessi mai conosciuto
 C. abbia mai conosciuto
 D. avevo mai conosciuto
- 16) Se tu non tutta quella cioccolata ieri, ora non questo tremendo mal di pancia.
 A. avevi mangiato - avresti
 B. avessi mangiato - avresti
 C. abbia mangiato - avevi
 D. mangiavi - avevi
- 17) Appena il risultato dell'esame, te lo per telefono.
 A. riceverò - comunicherò
 B. ricevo - comunicherò
 C. avevo ricevuto - comunico
 D. avrò ricevuto - comunicherò

18) Mangio tutti i giorni alla del liceo.

- A. mensa
- B. cantina
- C. cava
- D. cucina

19) In questo momento il mio amico Marco sta attraversando una situazione difficile e dolorosa: è davvero un per lui.

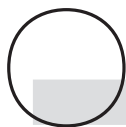
- A. periodaccio
- B. periodone
- C. periodastro
- D. perioduccio

20) Questo ragazzo sa benissimo a scacchi e sa anche la chitarra.

- A. giocare - giocare
- B. suonare - giocare
- C. giocare - suonare
- D. recitare - giocare

CORRIGÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	C	A	D	C	B	A	D	B	A
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
D	C	B	A	C	B	D	A	A	C



bjectifs des épre

SYNTHÈSE

NATURE ET OBJECTIFS DE L'ÉPREUVE :

Les épreuves écrites d'admissibilité sont tout à fait accessibles aux élèves de terminale, quelle que soit leur filière d'origine.

Le choix du sujet ne favorise pas une filière spécifique de baccalauréat. A ce titre, le thème choisi n'aborde pas sur le fond des questions à caractère économique.

Le dossier comporte :

- **Des documents de nature textuelle** provenant d'origines diverses (extraits d'ouvrages, poèmes, essais, articles de journaux, rapports...),
- **Des documents de nature graphique** provenant d'origines diverses (iconographies, tableaux de maîtres, photographies, dessins, caricatures, graphes, tableaux, histogrammes, schémas...),

Les documents, si divers soient-ils, ont tous un dénominateur commun. Ils portent sur le même thème (enjeu de société, sujet d'actualité).

L'épreuve de synthèse est un exercice qui demande de la méthode ; il repose sur une double approche :

- d'ordre qualitative entre le niveau moyen d'un élève de terminale et la densité voire la complexité des documents à étudier,
- d'ordre quantitative entre la somme des exigences requises au vu de la brièveté du temps imparti.

Cette épreuve a pour objectifs de vérifier si les candidats :

- peuvent mener une tâche d'ampleur dans une durée limitée ;
- sont capables de traiter une information de façon objective et complète ;
- ont l'aptitude à dégager les idées utiles ;
- savent être concis, efficaces et aller à l'essentiel ;
- témoignent d'une capacité rédactionnelle, de qualité de style et de présentation.

Le support d'épreuve fourni permet de traiter entièrement le sujet.

Le travail demandé ne nécessite pas de connaissances particulières.

CONSEILS DU CORRECTEUR :

- La synthèse doit être une reformulation synthétique et une confrontation ordonnée des documents proposés : contenu et enjeux. Le contenu est généralement dense, beaucoup d'informations sont données, mais le thème est connu et familier des candidats.
- Dans cette épreuve, le candidat ne devra pas se contenter de recopier. Il rédigera ses réponses dans un style personnel sans pour autant amener d'éléments extérieurs (avis personnel).
- La lecture du dossier peut se faire en deux temps :
 1. une lecture rapide pour identifier le sujet, les sources, les auteurs
 2. une lecture plus attentionnée, en surlignant les idées principales, les divergences et les convergences.
- Il est conseillé aux candidats de traiter en premier lieu les 3 premières parties : questions de repérage, plan de la synthèse et titre ; elles sont destinées à faciliter la rédaction de la synthèse proprement dite.
- **Les questions de repérage** : elles aident à l'identification des idées essentielles du dossier. Les réponses doivent être synthétiques et concises.
- **Le plan : il ordonne les articulations logiques des faits et des données.** Choisi par le candidat, il doit être précis.
 - les différentes parties proposées doivent être équilibrées,
- **Le titre** : la problématique : le titre être « accrocheur ».
- **La synthèse** : c'est le développement de l'argumentation du dossier et elle doit être organisée selon le plan défini.
 - la rédaction doit être simple et l'orthographe soignée
 - il est impératif de respecter la place de chaque partie énoncée dans le plan et de faire des transitions entre les parties
 - l'information rendue doit être précise
 - attention aux non-sens et aux contresens.
 - Une attention particulière doit être accordée à l'orthographe : une pénalité ou un bonus de +/-2 points sera appliqué en fonction de la qualité de celle-ci.
- Enfin, les candidats doivent se préparer à cette épreuve de synthèse à laquelle ils ne sont absolument pas familiarisés ; rares sont ceux qui ont eu l'occasion de s'y confronter pendant leurs années de lycée.

LOGIQUE ET OUVERTURE AU MONDE

OBJECTIFS ET NATURE DE L'ÉPREUVE :

Objectifs de l'épreuve

L'épreuve de logique et ouverture au monde est adaptée au niveau des élèves de terminale, quelle que soit leur filière d'origine.

Cette épreuve a pour double objectif d'évaluer les capacités de raisonnement du candidat ainsi que la curiosité et l'ouverture d'esprit à travers des exercices de logique, numérique et verbale, de résolution de problèmes, de questions sur les enjeux géopolitiques et les faits d'actualité.

Il ne s'agit pas d'épreuves psychotechniques nécessitant la présence d'un psychologue pour la passation de cette épreuve.

Nature de l'épreuve

L'épreuve est présentée sous forme de QCM, sur le type de questionnements suivants :

1. Logique numérique. Pour ce test, aucun outil ni aide extérieure n'est autorisée. Les calculs seront réalisés à la main,
2. Logique verbale intégrant des questions liées à des analogies, des intrus et des proverbes,
3. Résolutions de problèmes nécessitant des calculs de pourcentage et de fractions et une mise en équation,
4. Questions portant sur les aspects géopolitiques et les faits d'actualité du monde contemporain.

Pour chaque série de questions, les consignes détaillées ainsi que le barème de notation seront expliqués au candidat.

Les questions de logique privilégient les capacités de raisonnement. Les calculs ne nécessitent pas de connaissances spécifiques relatives aux mathématiques.

L'épreuve comportera **40 questions** réparties de la façon suivante :

- **20 questions** de logique numérique et verbale, ainsi que de résolution de problèmes,
- **20 questions** portant sur les aspects géopolitiques et les faits d'actualité.

Pour toutes ces questions, **le candidat disposera de 4 choix possibles de réponses**, ceci afin d'effectuer des corrections automatisées des feuilles de réponses. Une seule réponse possible par question.

LV1 – ANGLAIS

OBJECTIFS ET NATURE DE L'ÉPREUVE :

Objectifs de l'épreuve:

Il s'agit de vérifier que le candidat possède les bases minimales indispensables pour aborder des études supérieures où l'anglais sera un véritable outil de travail. L'épreuve porte sur le vocabulaire, la grammaire, la compréhension et l'aisance à l'écrit.

L'épreuve d'anglais est adaptée au niveau des élèves de terminale, quelle que soit leur filière d'origine.

Nature de l'épreuve :

40 questions QCM. L'objectif est de vérifier que le candidat dispose d'un niveau suffisant lui permettant de répondre à des questions de grammaire et vocabulaire. Pour chacune des questions, 4 choix possibles de réponses sont proposés au candidat.

CONSEILS DU CORRECTEUR :

- Nous vous conseillons de vous connecter sur Internet ou d'aller faire un tour dans les librairies anglaises pour trouver des sites, méthodes, ouvrages, et articles permettant de travailler votre anglais et de suivre les actualités anglo-saxonnes et internationales.

LV2 :

NATURE ET OBJECTIFS DE L'ÉPREUVE :

Nature de l'épreuve

L'épreuve de 2^e langue est adapté au niveau des élèves de terminale, quelle que soit leur filière d'origine.

- Les candidats passeront comme épreuve au choix :

- Allemand
- Espagnol
- Chinois
- Italien

- Seuls les points au-dessus de la moyenne sont intégrés dans la moyenne des épreuves d'admissibilité. Si un candidat obtient une note de 15/20 à l'épreuve de 2^e langue, 5 points de bonus (*coefficientés selon le barème de chaque école*) seront affectés au total des points des épreuves d'admissibilité.

- Si un candidat obtient 09/20, aucune pénalité n'est affectée au total des points des épreuves d'admissibilité.

- L'épreuve portera sur la grammaire, la compréhension et le vocabulaire des candidats.

- L'épreuve comportera :

30 questions QCM. Pour chacune des questions, **4 choix possibles de réponses** seront proposés au candidat. L'objectif est de vérifier que le candidat dispose d'un niveau suffisant lui permettant de répondre à des questions de grammaire et vocabulaire.

OBJECTIFS DE L'ÉPREUVE :

Il s'agit de vérifier que le candidat possède les bases minimales indispensables pour aborder des études supérieures où la 2ème langue sera un véritable outil de travail.

CONSEILS DU CORRECTEUR :

- réfléchir - avant d'écrire - à la structure/à l'enchaînement logique du contenu de la rédaction,
- contrôler la syntaxe,
- réfléchir aux déclinaisons des articles et aux terminaisons des adjectifs,
- vérifier les conjugaisons des verbes employés,
- se poser la question si un nom/substantif est utilisé au singulier ou au pluriel,
- se relire attentivement,
- éviter les phrases stéréotypées apprises par cœur,
- développer l'essai avec des mots simples,
- faire attention à la syntaxe,
- se préparer à l'épreuve :
 - apprendre du vocabulaire courant,
 - travailler les structures de base par des exercices de phrases thème,
 - lire autant que possible en langue étrangère : presse, magazines, Vocabulaire, etc.

© **GROUPE STUDYRAMA**

34/38, rue Camille-Pelletan - 92309 Levallois-Perret cedex
Imprimerie Darantière - 21801 Quetigny
Imprimé en France - 4^e trimestre 2012

Service éditorial : Fanny Bouteiller, Marjorie Champetier,
Elsa Goisnard, Charles Prunier,
Deborah Lopez

Conception graphique : e-look

Dépôt légal à parution
ISBN 978-2-7590-1816-1



Passerelle
pour des Bachelors
Grande École



ÉCOLE ATLANTIQUE DE COMMERCE – NANTES

02 40 44 42 00
info.candidat@ecoleatlantique.com



EM NORMANDIE – LE HAVRE • CAEN • DEAUVILLE

Contact : Solène Heurtebis
02 32 92 70 85
s.heurtebis@em-normandie.fr



EM STRASBOURG

Contact : Jessica Brogini
03 68 85 80 04
jessica.brogini@em-strasbourg.eu



ESC DIJON BOURGOGNE

Contact : Barbara Dautel-Vermant
03 80 72 58 84
barbara.dautel-vermant@escdijon.eu



ESC SAINT-ÉTIENNE

Contact : Jan-Aurélien Scozzesi Saint-Lager
04 77 49 24 50
info@esc-saint-etienne.fr



GRENOBLE ÉCOLE DE MANAGEMENT

Contact : Martine Favre-Nicolin
04 76 70 60 13
martine.favre-nicolin@grenoble-em.com



GROUPE ESC PAU

Contact : Alexandra Bordes
05 59 92 33 03
alexandra.bordes@esc-pau.fr



GROUPE SUP DE CO LA ROCHELLE

Contact : Estelle Allart
05 16 19 63 16
com@esc-larochelle.fr



NOVANCIA BUSINESS SCHOOL PARIS

Contact : Valérie Bajda
01 55 65 44 88
information@novancia.fr



TELECOM ÉCOLE DE MANAGEMENT

Contact : Aude Muller
01 60 76 45 99
info@telecom-em.eu



Distribution DILISCO
ISBN 978-2-7590-1816-1



9 782759 018161 9,90 €



www.concours-atoutplus3.com

N°Azur 0 810 403 272

PRIX APPEL LOCAL