

## B2 COMPRÉHENSION DES TEXTES ÉCRITS

### PREMIÈRE PARTIE

**Vous allez lire un texte concernant une exposition universelle. Vous devez répondre aux questions en notant la lettre correspondante (a-b-c) dans les cases blanches du tableau de réponses. La réponse 0-c sert d'exemple.**

### CASSE-TÊTE CHINOIS

C'était écrit dans le supplément « *Expo daily* » du quotidien Shanghai Daily : ils ont été 540 000 ce mardi 15 juin à prendre d'assaut les pavillons de l'expo universelle qui a ainsi battu son record de visiteurs en un jour. Les petites vacances de la « *fête des bateaux dragons* » s'achèvent, la fréquentation va donc redevenir normale, vers les 300 000 visiteurs quotidiens. On ne sait si les records d'épuisement auront été battus par la même occasion, sachant que le visiteur doit parfois piétiner pendant plus de quatre heures dans une chaleur moite avant de pénétrer dans un de ces grands buildings, plus ou moins inventifs.

Les Allemands réussissent à enthousiasmer la foule depuis des balcons surplombant une grosse boule de 3 m de diamètre couverte de LED, qui se balance au gré des hurlements plus ou moins soutenus des visiteurs. Elle se couvre de toutes sortes d'images - lors d'un show d'une dizaine de minutes - porteuses du message écologique principal de toute l'exposition : « *une meilleure ville, une meilleure vie* ».

Un slogan pris au pied de la lettre par la semaine « *Science et technologie* » de l'Union européenne qui a attiré plusieurs dizaines de journalistes chinois et européens. Une occasion pour faire le point avec de très nombreux scientifiques sur la coopération en matière de recherche entre l'Empire du Milieu et les 27 pays réunis. Ont été recensés « *152 projets dans lesquels les Chinois ont été financés* » pour établir des collaborations de qualité. 32 d'entre eux étaient présentés ce mercredi lors d'une vraie journée marathon, allant de l'influence des mégalo-poles sur le climat global à la congestion de ces villes-champignons par les voitures qui s'y déversent, essentiellement ici, en Chine et en Inde. « *Ce ne sont pas des centaines, mais des milliers de voitures qui se rajoutent chaque jour à Pékin* », a rappelé par exemple Francesco Della Casa présentant le projet Viajeo de gestion des transports. Il y a urgence : 2,5 milliards d'êtres humains de plus d'ici 2050 devront trouver un toit, et principalement dans les villes, a rappelé Pierre Laconte, président de la fondation pour l'environnement urbain.

Nombreux sont ceux qui s'inquiètent en priorité du problème de la sécurité alimentaire de ces monstres dévorants. Une alerte au manque de phosphates (pour faire pousser les plantes) a ainsi été lancée avec véhémence par Carlo Leifert de l'université de Newcastle qui mène une collaboration étroite avec l'académie chinoise des sciences agricoles. « *Ils sont vraiment soucieux ici. Les gisements de phosphates n'en ont peut-être que pour cinq à dix ans en Chine* ». Aucun OGM ne résoudra le problème, affirment en chœur ces spécialistes des plantes, mais des hybridations et des nouvelles façons de régénérer les sols doivent être pensées très vite et dès aujourd'hui.

Pendant ce temps, le journaliste occidental ne peut s'empêcher d'avoir au moins deux obsessions, plus légères. Va-t-il ou non rapporter dans ses bagages l'improbable mascotte bleue de l'expo, qui lui fait des clin d'œil à tous les arrêts de bus et dans le métro ? Et se demande comment parvenir à grimper les étages du très protégé grand pavillon rouge, qui domine de plusieurs dizaines de mètres tous les autres, mais sans faire huit heures de queue ? Un vrai casse-tête chinois.

Source : Dominique Leglu, *Science pour vous et moi*/ juin 2010

**QUESTIONS :**

**Exemple : 0. De quel grand événement s'agit-il ?**

- a. De la fête des bateaux dragons.
- b. De la présentation d'un journal anglais.
- c. **De l'exposition universelle de Shanghai.**

**1. Pourquoi y a-t-il eu tant de monde le 15 juin dans l'exposition ?**

- a. Parce que c'est un jour férié pour beaucoup de visiteurs.
- b. Parce que c'est le jour de l'inauguration.
- c. Parce qu'il y a eu des bagarres à l'extérieur.

**2. Que peuvent faire les visiteurs du pavillon allemand ?**

- a. Assister à un grand concert interactif.
- b. Inscrire sur leur sac le slogan écologique.
- c. Réagir face à une énorme sphère.

**3. Quel a été l'un des thèmes abordés ?**

- a. La gestion du logement en milieu rural.
- b. Les inévitables embouteillages.
- c. L'implantation de la voiture électrique en Chine.

**4. Quel est le problème auquel la Chine va être confrontée ?**

- a. Ses ressources en fertilisants.
- b. Son manque de sols cultivables.
- c. Son refus d'introduire des OGM.

**5. Quelle est la préoccupation du journaliste occidental ?**

- a. D'obtenir l'autorisation de pénétrer dans le grand pavillon rouge.
- b. De pouvoir accéder le plus rapidement possible au pavillon rouge.
- c. Le nombre de marches à monter pour avoir droit à sa mascotte.

**6. Que cherche-t-on dans ce document ?**

- a. À critiquer la mauvaise organisation de cette expo.
- b. À donner un aperçu général de cette expo.
- c. À déplorer la banalité des thèmes évoqués dans cette expo.

**TABLEAU DE RÉPONSES (écrivez dans les cases blanches)**

0	1	2	3	4	5	6
c						

## DEUXIÈME PARTIE

Vous allez lire un article à propos du marketing. Vous devez relier les textes (1-6) aux titres de la liste (A-H), à chaque texte correspond un seul titre. Vous devez noter la lettre dans les cases blanches du tableau de réponses. Deux titres n'ont pas de correspondance avec les textes. La réponse 0-X sert d'exemple.

### MARKETING : L'EFFET RÉTRO

*Entretien avec Dominique Levy, Directeur Général d'Ipsos Marketing France, institut de sondage d'opinion, à propos du marketing rétro.*

#### TEXTES :

##### *Exemple :*

**0- En France, on a toujours préféré l'histoire à la géographie. On est très attaché à l'héritage : le théâtre de Vilar, le rugby ou l'esprit de la Résistance. C'est tout un ensemble de valeurs, de traditions et «d'acquis», auquel le pays se réfère (...) qui peuvent se retrouver dans des expressions marketées au bénéfice de toutes sortes de produits.**

1. Il peut s'agir d'un emballage vintage, d'une rénovation de produit. C'est, par exemple, Danone qui édite une série limitée de petits pots «*Danone Origines*» pour célébrer ses 90 ans. (...) Certaines marques comme *La Laitière* ou *Bonne Maman* sont ainsi bien connues pour se positionner sur le créneau de l'authentique et jouer d'une image traditionnelle synonyme d'excellence.
2. Le marketing rétro concerne plusieurs pays comme l'Allemagne, le Japon ou les États-Unis. C'est d'ailleurs de là que nous vient le fameux feuilleton «*Mad Men*» qui nous replonge dans les 60's, en plein état de grâce de la société de consommation. «*Plus qu'une série, Mad Men, c'est un rêve juste avant qu'il ne soit brisé*». Des marques comme Mattel et sa fameuse poupée Barbie ou comme Vuitton ne s'y sont pas trompées en reprenant le code vestimentaire «*Mad Men*».
3. Le passé renvoie le consommateur à des valeurs sûres. La période des Trente Glorieuses est perçue comme une ère de progrès et de prospérité. On s'y accroche. On se procure un port d'attache. Nous sommes nostalgiques d'une époque révolue. Il y a un effet étonnant qui veut que nous regardions dans le rétroviseur notre société!
4. On peut tout simplement aimer une époque ou un style. Pas besoin d'avoir 50 ans pour apprécier «*Le Petit Nicolas*», surtout depuis qu'il a été modélisé en 3D. L'idée n'est pas de retourner en arrière mais de s'approprier les codes d'une époque et de les remettre au goût du jour, même pour les plus jeunes.
5. Regardez l'explosion des sites (...) qui reviennent aux sources de l'informatique, des jeux vidéo, du cinéma, etc. La Fnac vient même d'ouvrir un nouvel espace dans plusieurs de ses magasins parisiens pour présenter sa sélection de produits high-tech au design vintage.
6. Rien n'empêche un mythe de parler du futur. Considérons aussi que nous fabriquons aujourd'hui des articles qui seront considérés demain comme faisant partie d'un passé riant. Le présent nourrit l'émotion de demain. Il faut d'ailleurs voir que le rythme de recyclage s'accélère. On commence à se souvenir de l'année dernière. Quelque part, persiste l'idée qu'il a existé un âge d'or.

Source : [ipsos.fr/](http://ipsos.fr/) 7/07/2010

TITRES :

**Exemple : X. LE TEMPS PASSÉ, UN FACTEUR MARKETING PUISSANT.**

- A. BESOIN DE REVENIR EN ARRIÈRE
- B. DEHORS ANCIEN, QUALITÉ DEDANS
- C. GADGETS APPAREMMENT ORIGINELS
- D. LE TRAVAIL DE TOUTE UNE SOCIÉTÉ
- E. LE VA-ET-VIENT DU CYCLE DE LA NOSTALGIE
- F. SÉDUCTION TOUS ÂGES CONFONDUS
- G. UN MARKETING PLÉBISCITÉ AUSSI AILLEURS
- H. UNE CONSOMMATION LARGEMENT CRITIQUÉE

TABLEAU DE RÉPONSES (*écrivez dans les cases blanches*)

0	1	2	3	4	5	6
X						

### TROISIÈME PARTIE

**Vous allez lire un texte à propos de la superstition. Certaines parties y ont été supprimées (A-H). Vous devez les relier aux espaces numérotés (1-6). Vous devez noter la lettre dans les cases blanches du tableau de réponses. Deux parties ne correspondent pas au texte. La réponse 0-X sert d'exemple.**

## UN FRANÇAIS SUR DEUX SERAIT SUPERSTITIEUX

Les Français adorent jouer à des jeux de hasard un vendredi 13, mais détestent être 13 à table. Les Taiwanais préfèrent acheter une radio coûtant 888 dollars, plutôt que 777 dollars, car le chiffre 7 leur fait peur. (0), des milliers de couples se sont mariés le 07/07/2007. De la croyance populaire aux petits rituels personnels que nous glissons subrepticement dans nos habitudes quotidiennes, la superstition n'obéit qu'à la logique (1). C'est bien là le principal: la superstition nous est utile, car elle répond à nombre de fonctions.

### Elle renforce le sentiment d'appartenance sociale

En Provence, il ne faut pas planter des melons devant une femme, surtout si elle est enceinte, car ils ne seraient pas comestibles (2). Partager ces croyances renforce l'identité culturelle. Partout en France, le vendredi 13 est un jour à part. Selon les chiffres de la *Française des Jeux*, le nombre de joueurs au *Loto*, de quatre millions en temps normal, peut facilement passer à plus de onze millions un vendredi 13. Pourquoi? «*On est convaincu que le vendredi 13 porte chance, juste parce que c'est connu. On se relie à une superstition générale pour faire corps avec la communauté. Le fait de jouer raccorde l'individu à toute la cohorte de gens qui jouent dans le même espoir, et cela conforte le sentiment d'appartenance, (3) que jusqu'au tirage*», constate Bernard Baudouin, spécialiste des superstitions dans les sociétés. Et, souvent, on ne tient pas compte des résultats, puisqu'en cas de perte on rejouera le vendredi 13 suivant.

### Elle rassure quand on est anxieux

Vous attendez les résultats de vos examens médicaux ou universitaires? La tentation est grande (4) que vous avez dans votre poche, de prendre votre itinéraire porte-bonheur ou de croiser les doigts pour rendre l'issue heureuse. C'est une pensée magique qui crée un lien de cause à effet imaginaire. «*Il suffit d'observer que deux choses se succèdent dans le temps pour faire l'hypothèse d'une causalité. Ce qui donne une illusion de contrôle*», explique Fabrice Clément, professeur à l'université de Genève. Surtout dans les situations d'incertitude: la pensée magique aurait plus d'influence sur les personnes vulnérables (5). Croire que ses propres pensées ou qu'un rituel ont un pouvoir, ou encore qu'un signe fortuit est de bon augure, a pour fonction de rassurer, de réduire les craintes du quotidien. Selon Freud, (6) d'un pouvoir magique marque même une étape indispensable au développement de l'enfant, jusqu'à l'âge de 12 ans. Mais attention: utiliser ensuite la pensée magique de façon systématique à l'âge adulte peut conduire à la compulsion ou au délire.

Source : Valérie Buron, *Femme Actuelle* /janvier 2009

**PARTIES SUPPRIMÉES:**

**Exemple : X. À L'INVERSE, DANS LE MONDE**

- A. DE CELUI QUI Y CROIT
- B. DE TRIPATOUILLER LE GRI-GRI
- C. LES ACTIVITÉS À RISQUE EN PARTICULIER
- D. MÊME SI CELA NE DURE
- E. OU NE DONNERAIENT RIEN
- F. OU QUI SE SENTENT EN DANGER
- G. SE DONNER L'ILLUSION
- H. SON DESTIN ENTRE LES MAINS DE L'AUTRE

**TABLEAU DE RÉPONSES (écrivez dans les cases blanches)**

<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
<i>X</i>						

#### QUATRIÈME PARTIE

**Vous allez lire un article à propos des réseaux sociaux. Certains mots du texte y ont été supprimés. Vous devez relier les emplacements du texte (1-8) aux mots supprimés (a-b-c). Vous devez écrire les lettres dans les cases blanches du tableau de réponses. La réponse 0-a sert d'exemple.**

### LES RÉSEAUX SOCIAUX

Certaines applications internet forment ce que l'on appelle les réseaux sociaux : des sites   (0)   à la communication avec ses connaissances, à la rencontre de nouvelles personnes ou à la construction de son réseau professionnel.

Ils possèdent tous le même fonctionnement : on crée son profil (infos personnelles, photo, centres d'intérêt) et l'on invite ses amis à nous   (1)  .

Chaque contact qui accepte l'invitation accroît le réseau de nouveaux contacts. Les arrivants inscrivent à leur tour leurs contacts et ainsi de suite. Jusqu'à ce que le monde entier soit relié.

La base des réseaux sociaux se trouve dans la théorie des «6 degrés de séparation». En 1967, le sociologue américain Stanley Milgram décrivait le concept en montrant qu'il existait en moyenne six intermédiaires entre deux personnes prises   (2)   sur la planète Terre.

Mais pourquoi s'inscrire à un réseau social ? On s'inscrit en premier lieu par curiosité. Pour d'autres, pour des illusions : pouvoir entrer en contact avec la terre entière n'est pas le dernier des moteurs, tirer   (3)   des contacts d'un «ami» (les amis de mes amis sont toujours mes amis dans les réseaux sociaux!), trouver quelqu'un dans ses relations virtuelles qui détient les réponses aux questions que l'on se pose.

Mais avant tout, pour une partie importante des internautes, les réseaux sociaux permettent de mettre en avant leur   (4)   virtuelle. De plus, dans ces réseaux sociaux tout est fait pour que celui qui connaît le plus de monde, qui a le plus d'amis, apparaisse comme le plus important. Fâcheuse tendance d'ailleurs qui entraîne de fait la   (5)   : «plus il connaît de monde, plus il est important, donc je dois faire partie de ces contacts directs sinon je ne suis rien». Certains donc s'inscrivent dans le   (6)   d'améliorer leur ego : être quelqu'un d'important.

Moi, je ne suis pas loin de méditer aux réseaux sociaux comme cache-misère de la   (7)   entre humains. Je suis certain que des personnes ont fait la connaissance de leur voisin de palier par ces réseaux sociaux, au lieu de discuter avec lui dans la   (8)   de l'escalier.

Source : [leszed.ed-productions.com/2010](http://leszed.ed-productions.com/2010)

**MOTS SUPPRIMÉS:**

<b>EXEMPLE 0</b>	a) <b>DÉDIÉS</b>	b) INTERDITS	c) TOUCHÉS
<b>1</b>	a) RATTRAPER	b) RECRUTER	c) REJOINDRE
<b>2</b>	a) À L'APPUI	b) À LA FIN	c) AU HASARD
<b>3</b>	a) D'AFFAIRE	b) DESSUS	c) PROFIT
<b>4</b>	a) ÉLÉGANCE	b) RÉPUTATION	c) SINCÉRITÉ
<b>5</b>	a) MANIPULATION	b) RÉFLEXION	c) TRANSMISSION
<b>6</b>	a) DESSEIN	b) DESSIN	c) DESIGN
<b>7</b>	a) COMMUNICATION	b) FANTAISIE	c) RÉSISTANCE
<b>8</b>	a) CAGE	b) RAMPE	c) SERRURE

**TABLEAU DE RÉPONSES (écrivez dans les cases blanches)**

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>a</b>								