

ΑΝΩΤΑΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΤΟΥΣ 2008
(ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ 3Π/2008)
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Κλάδος: **ΠΕ 05 ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ**

ΕΞΕΤΑΣΗ ΣΤΗΝ **ΠΡΩΤΗ** ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
(**Γνωστικό αντικείμενο**)
Σάββατο 31-1-2009

Να απαντήσετε στα επόμενα τρία (3) **ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**.

ΕΡΩΤΗΜΑ 1^ο:

- Το ερώτημα αποτελείται από είκοσι τέσσερις ισοδύναμες ερωτήσεις (1 – 24). Αφού διαβάσετε το παρακάτω κείμενο, να απαντήσετε με τη μέθοδο των πολλαπλών επιλογών στις ερωτήσεις του **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ** που ακολουθεί. Για τις απαντήσεις σας να χρησιμοποιήσετε το ειδικό **ΑΠΑΝΤΗΤΙΚΟ ΦΥΛΛΟ**.
- Κάθε ερώτηση συμμετέχει κατά **1,25 %** στη διαμόρφωση της βαθμολογίας της πρώτης θεματικής ενότητας.

ΚΕΙΜΕΝΟ

Experts en shopping masqué

Client mystère, le métier de rêve. Des gens sont payés pour aller dans les magasins observer comment on est reçu. Les vendeurs qui discutent entre eux sous votre nez ou qui vous rembarrent parce qu'ils sont occupés, les caissiers qui vous regardent vous débattre avec affaires, porte-monnaie et sac en gardant les bras croisés, le personnel plus snob que la clientèle qui vous dévisage en évaluant votre pouvoir d'achat... Tous ces affreux contre lesquels on ne peut rien, le client mystère, lui, les mate.

«Audits mystère». Pas sur le moment certes, mais indirectement. Le personnage est payé par une société d'étude, elle-même commanditée par une enseigne qui se demande comment ça se passe dans ses magasins. Une fois qu'il a subi toutes ces petites brimades ordinaires, le client mystère y va de son rapport et que se passe-t-il ensuite ?

Eh bien, pas forcément grand-chose si l'on en juge par l'étude qu'a publiée récemment la société Présence mystère shopping, «*leader depuis vingt ans dans les études clients mystère*». Ce travail portait sur les «*plus belles avenues du monde*» et nos beaux Champs-Élysées y ont réalisé «*la plus mauvaise performance*», en «*terminant à la 16^e place*». C'est Rodeo Drive, à Beverly Hills, qui est arrivé premier. Dans les commerces des Champs, un client mystère a trouvé «*des membres du personnel qui se disputaient entre eux*» et ne se sont pas excusés après l'avoir fait attendre. Un cas isolé ? Non pas. «*25% des enquêteurs considèrent que la qualité d'accueil et de services sur les Champs-Élysées est moyenne, voire mauvaise.*»

Le client ordinaire ne sera pas surpris. Mais le constat ordinaire ne suffit pas. Client mystère, c'est un métier. Rodolphe Lefèbvre, consultant chez Présence, explique que «*la majorité sont professionnels*». La société emploie 1 500 personnes qui font ce travail à plein temps et, pour 20% d'entre elles, depuis plus de dix ans. Il faut dire que l'exercice nécessite un certain savoir-faire. Les 100 000 «audits mystère» accomplis chaque année par cette firme sont un travail d'enquête où l'on doit observer et mémoriser en s'en tenant à des critères précis.

«**Profil**». Pour l'étude des avenues, une quarantaine d'items portaient sur la rue elle-même. Certains points s'imposaient, comme la propreté. D'autres étaient plus aléatoires, comme l'amabilité des passants ou des agents de sécurité quand on leur demande un renseignement. Sur les boutiques, il y avait quarante à cinquante critères, dont l'état des toilettes car les clients mystère visitaient aussi cafés et restaurants. Chaque avenue a été arpentée six fois par six enquêteurs différents, chargés chacun de 35 ou 36 points de vente. L'approche n'est guère impressionniste.

Au demeurant, ajoute Rodolphe Lefèbvre, «*nos clients mystère sont formés aux spécificités de chaque étude pour qu'il n'y ait aucune subjectivité et pour ne pas tomber dans l'habitude*».

Tel l'espion de base, le client mystère a ses quarante critères dans la tête, prend des notes mentalement et joue son rôle avec sérieux. Chez Mc Do comme chez Vuitton. «*Nos clients mystère correspondent chacun à un profil. Il faut qu'ils aient une capacité à être crédibles*», précise le consultant. D'après lui, «*70% des réseaux mondiaux utilisent cette technique*» d'amélioration de la relation client. On ne sait pas en revanche combien de clients améliorent ladite relation en commençant par être eux-mêmes aimables. A étudier.

Sibylle Vincendon

Libération, vendredi 28 novembre 2008, p. 25.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. **Parmi les quatre sous-titres proposés, quel est celui que vous choisiriez pour cet article ?**

- α) « Les célébrités savent faire leurs courses incognito. »
- β) « Des clients qui s'y connaissent en produits dégriffés. »
- γ) « De faux clients évaluent les services des commerces. »
- δ) « Les sociétés n'affichent plus les prix de leurs marchandises. »

2. **« Les vendeurs qui [...] vous rembarrent » signifie que les vendeurs vous**

- α) envoient promener.
- β) barrent le passage.
- γ) traitent avec déférence.
- δ) rendent service.

3. **Selon l'article, l'attitude des caissiers à l'égard du client est**

- α) intolérante.
- β) positive.
- γ) passive.
- δ) commerciale.

4. **« pouvoir d'achat » est traduit en grec par**

- α) ανταλλακτική αξία.
- β) αγοραστική αξία.
- γ) αγοραστική δύναμη.
- δ) καταναλωτική πίστη.

5. **Par « client mystère », l'auteur entend :**

- α) un client mystérieux.
- β) un faux client.
- γ) un client ténébreux.
- δ) un client occasionnel.

6. « **Tous ces affreux contre lesquels on ne peut rien, le client mystère, lui, les mate** » signifie que **le client mystère**
- α) traite sévèrement les affreux.
 - β) trompe les affreux.
 - γ) engueule les affreux.
 - δ) rivalise avec les affreux.
-
7. **Dans ce texte, un « audit » est**
- α) une audition en vue d'être sélectionné pour un rôle confidentiel.
 - β) une procédure visant à apprécier la qualité d'un service rendu.
 - γ) un sondage anonyme auprès des clients pour évaluer leur degré de satisfaction.
 - δ) un service d'assistance téléphonique aux consommateurs.
-
8. **L'employeur du « personnage » (§ 2) est**
- α) une société de grande distribution.
 - β) un cabinet d'études marketing.
 - γ) une entreprise publique.
 - δ) un organisme de défense des consommateurs.
-
9. **Le client mystère « a subi toutes ces petites brimades ordinaires [...] » signifie**
- α) qu'il a été traité avec beaucoup d'égards.
 - β) qu'il a été déshonoré.
 - γ) qu'il a été accablé d'injures.
 - δ) qu'il a été vexé.
-
10. « [...] **le client mystère y va de son rapport [...]** »
Parmi les quatre reformulations qui suivent, choisissez celle qui transmet le même sens que la phrase ci-dessus :
- α) Le client mystère rédige son rapport.
 - β) Le client mystère établit le rapport entre le client et le vendeur.
 - γ) Le client mystère va à la société avec son rapport.
 - δ) Le client mystère se met en rapport avec le client.
-
11. **La société Présence mystère shopping**
- α) a débuté très récemment son activité.
 - β) occupe la première place dans son domaine.
 - γ) cherche à démasquer le client mystère.
 - δ) propose une formation aux métiers du commerce.
-
12. **Par « les commerces des Champs », l'auteur entend :**
- α) les commerces en milieu rural.
 - β) les coopératives agricoles.
 - γ) les commerces de l'Élysée.
 - δ) les commerces de la plus belle avenue de Paris.
-
13. « **25% des enquêteurs considèrent que la qualité d'accueil et de services sur les Champs-Élysées est moyenne voire mauvaise.** »
Par « enquêteurs », l'auteur entend :
- α) les auditeurs professionnels.
 - β) les touristes à Paris.
 - γ) les badauds parisiens.
 - δ) les clients interviewés lors d'une enquête.
-

14. **Chez Présence,**
α) tous les clients mystère ont plus de dix ans d'ancienneté.
β) 1500 clients mystère sont employés à mi-temps.
γ) 300 clients mystère ont plus de dix ans d'ancienneté.
δ) 1200 clients mystère ont plus de dix ans d'ancienneté.
-
15. **Afin d'évaluer la convivialité des « plus belles avenues du monde », l'étude de la société Présence a examiné si**
α) les avenues étaient bien éclairées.
β) les avenues étaient fleuries.
γ) les passants renseignaient volontiers les visiteurs.
δ) les avenues disposaient de bancs publics.
-
16. **Les clients mystère visitaient uniquement**
α) des cafés et boutiques.
β) des restaurants et cafés.
γ) des boutiques.
δ) des boutiques, cafés et restaurants.
-
17. **« L'approche n'est guère impressionniste. »**
Parmi les quatre reformulations qui suivent, choisissez celle qui transmet le même sens que la phrase ci-dessus :
α) La façon dont les enquêteurs ont mené l'enquête n'est pas impressionnante.
β) Les enquêteurs n'ont impressionné personne par leurs questions.
γ) La méthode adoptée par les enquêteurs n'est pas fondée sur des impressions subjectives.
δ) Les enquêteurs ne sont pas faciles à impressionner.
-
18. **« Au demeurant » pourrait être remplacé dans ce texte par :**
α) Après coup
β) A demeure
γ) En reste
δ) Par ailleurs
-
19. **« nos clients mystère sont formés aux spécificités de chaque étude [...] »**
Parmi les quatre reformulations qui suivent, choisissez celle qui transmet le même sens que la phrase ci-dessus :
α) La formation des clients mystère accorde peu de place aux particularités de chaque cas.
β) Les clients mystère sont préparés à faire face à différents types d'enquête.
γ) Toutes les disciplines sont étudiées au cours de la formation des clients mystère.
δ) Chaque étude présente des particularités inattendues pour les clients mystère.
-
20. **Par « espion de base », l'auteur entend :**
α) un espion non expérimenté.
β) un espion moyen.
γ) un apprenti espion.
δ) un espion de base militaire.
-
21. **« [...] le client mystère [...] prend des notes mentalement [...] » signifie que**
α) le client mystère coche les critères sur sa liste.
β) utilise un bloc à en-tête.
γ) garde en tête ce qu'il note.
δ) note ses remarques en sténo.
-

22. « *Il faut qu'ils aient une capacité à être crédibles* »
Parmi les quatre reformulations qui suivent, choisissez celle qui transmet le même sens que la phrase ci-dessus :
- α) Ils doivent croire à leur mission.
 - β) Il faut qu'ils soient sincères.
 - γ) Ils doivent être capables de passer pour de vrais clients.
 - δ) Il faut qu'ils puissent honorer leur contrat.
-
23. Selon Rodolphe Lefèbvre,
- α) beaucoup de réseaux mondiaux utilisent ce type d'enquête.
 - β) les réseaux mondiaux hésitent à avoir recours à ce type d'enquête.
 - γ) rares sont les réseaux mondiaux qui ont recours à ce type d'enquête.
 - δ) la totalité des réseaux mondiaux a recours à ce type d'enquête.
-
24. « *70% des réseaux mondiaux utilisent cette technique* ».
L'objectif de cette technique est, selon l'article,
- α) de rendre les clients plus aimables.
 - β) d'améliorer la satisfaction du client.
 - γ) d'instaurer le rôle du client mystère.
 - δ) d'augmenter le pouvoir d'achat des clients.
-

ΕΡΩΤΗΜΑ 2^ο:

- Να αναπτύξετε την απάντησή σας στο ειδικό **ΤΕΤΡΑΔΙΟ**.
- Το ερώτημα συμμετέχει κατά **40 %** στη διαμόρφωση της βαθμολογίας της πρώτης θεματικής ενότητας.

Vous venez de lire, sur le site du journal *Libération* [Liberation.fr] du 16 janvier 2009, l'article intitulé « Darcos pour l'uniforme à l'école ». Selon cet article, le ministre français de l'Éducation, Xavier Darcos, « en visite dans une école de Londres, s'est dit favorable à ce que les élèves d'un même établissement portent une tenue identique ».

Cet article a soulevé un débat important sur le forum des lecteurs du journal.

Vous décidez d'y participer par un commentaire de 250-300 mots environ.

Veillez à

- ◆ préciser votre statut professionnel,
- ◆ exprimer votre point de vue sur ce sujet,
- ◆ justifier votre prise de position,
- ◆ signer votre commentaire par le pseudo *Bonsens*.

ΕΡΩΤΗΜΑ 3^ο:

- Το ερώτημα αποτελείται από είκοσι τέσσερις ισοδύναμες ερωτήσεις (**25 – 48**). Αφού διαβάσετε το παρακάτω κείμενο, να απαντήσετε με τη μέθοδο των πολλαπλών επιλογών στις ερωτήσεις του **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ** που ακολουθεί. Για τις απαντήσεις σας να χρησιμοποιήσετε το ειδικό **ΑΠΑΝΤΗΤΙΚΟ ΦΥΛΛΟ**.
- Κάθε ερώτηση συμμετέχει κατά **1,25 %** στη διαμόρφωση της βαθμολογίας της πρώτης θεματικής ενότητας.

KEIMENO

Chaque année, les éditeurs de dictionnaires nous livrent la brassée des mots qui font leur apparition dans leur nouvelle cuvée. En 2008, Le Robert nous annonçait 400 nouveaux venus, dont « couillu », « podcaster » et « vénère », tandis que le Petit Larousse, lui, accueillait parmi ses 59 000 références « survitaminé », « testing » ou « yakitori ». Et chaque année, c'est pareil, nous nous jetons dessus. C'est qu'on en est si friands ! Mais quid des mots sortants ? Car c'est arithmétique : s'il y a chaque année des nouveaux venus, il faut que de l'autre côté d'autres s'en soient allés !

La réponse nous est donnée avec Les Disparus du Littré. C'est un pavé. Sur chacune des 1 300 pages, figurent 25 mots portés disparus, tombés en désuétude ou oubliés qui figuraient au Littré et se sont évaporés au fil des années. Un cimetière de mots. Le carré des indigents de notre vocabulaire que l'on aurait enterrés sans même leur rendre hommage si Héloïse Neefs, professeur, lexicographe et traductrice, ne s'était attelée à cet ouvrage titanesque : les collecter, les répertorier, les classer, rappeler leur origine, leur existence et leur sens passés, afin d'ériger le monument qu'ils méritaient avant de les laisser dormir en paix.

« Abigéat », « abigoti », « aderne », « cistophore », « fesse-pinte », « guimoisson », « naqueter », « quarantin », « talevas », « yenotte » ou « zémindar », en jouant à les piocher au fil des pages, autant de mots correspondant à différents domaines (chimie, droit, médecine, zoologie, botanique ou pêche à la morue), qui, comme nous l'explique l'auteur dès son avant-propos, figuraient en bonne place dans le dictionnaire d'Emile Littré (datant de 1872) et ne se trouvent plus dans ceux d'aujourd'hui. Tombés en désuétude car « désusités ».

Etonnant exercice que de faire connaissance avec ces plus de 25 000 termes dont la plupart nous étaient jusque-là inconnus, tout en leur disant adieu presque irrémédiablement. Il ne faut cependant voir là ni drame ni même véritable nostalgie. D'ailleurs, certains reviendront, sauvés in extremis de l'oubli, mais pour un usage, et parfois même avec un sens, légèrement dérivés du premier.

Parfois, il se produit des « glissements » imprévus au fil des décennies. Ainsi, comme le fait remarquer Alain Rey dans sa préface, « trafic », qui désigne désormais la circulation automobile ou un commerce illicite, n'était rien d'autre, aux XVII^e et XVIII^e siècles, que ce que l'on englobe désormais sous le nom de « commerce ». Et puis, il y a les retours en grâce : les « chienlit », « clampin », « occire » et même des « que nenni » sur lesquels, au siècle dernier, on n'aurait pas parié une roupie et qui se mettent à reflurir timidement aujourd'hui. Témoins, ces 100 mots à sauver (Albin Michel) que Bernard Pivot avait publiés en 2004. Amusant de constater qu'un bon nombre d'entre eux (caraco, macache, faire ribote, ou billevesée, etc.) font toujours partie de notre vocabulaire, même s'ils sont plutôt utilisés dans un langage fleuri que dans le parler de tous les jours.

Oui, notre langue est vivante, des mots naissent et d'autres disparaissent, cette métaphore même de la vie nous dit à elle seule quelque chose de la relation que nous entretenons avec eux. Mais les mots ont besoin d'être prononcés ou écrits pour exister. Ceux qui sont trop peu employés tombent en désuétude et dans l'oubli. Nous ne sommes pas coupables ; le temps qui passe est le vrai responsable. Mais avec ce gigantesque ouvrage, qui ne se veut ni dictionnaire, ni roman, ni même épitaphe, c'est un peu comme si une forme de devoir de mémoire était pourtant accomplie.

Hélène Viala

Le Monde, article paru dans l'édition du 3 mai 2008.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

25. **Parmi les quatre titres proposés, quel est celui que vous choisiriez pour cet article ?**
α) « 400 nouveaux venus dans l'édition de 2008 du Robert »
β) « Un cimetière pour mots "désusités" »
γ) « Le Littré fête ses 150 ans »
δ) « Le *Dictionnaire des mots sortants* d'Alain Rey »
-
26. « [...] les éditeurs de dictionnaires nous livrent la brassée des mots qui font leur apparition dans leur nouvelle cuvée ».
Le mot « cuvée » fait partie du domaine
α) de l'œnologie.
β) de l'édition.
γ) de la mécanique.
δ) de la linguistique.
-
27. « En 2008, Le Robert nous annonçait 400 nouveaux venus ».
Les « nouveaux venus » sont les
α) nouveaux volumes.
β) nouveaux domaines.
γ) nouvelles entrées.
δ) nouvelles illustrations.
-
28. « Et chaque année, c'est pareil, nous nous jetons dessus. »
Parmi les quatre reformulations qui suivent, choisissez celle qui transmet le même sens que « [...] nous nous jetons dessus ».
α) nous rejetons ces dictionnaires.
β) nous ouvrons avec empressement ces dictionnaires.
γ) nous recyclons ces dictionnaires.
δ) nous nous débarrassons de ces dictionnaires.
-
29. « C'est qu'on en est si friands ! » signifie qu'on est
α) connaisseurs de textes anciens.
β) avides de découvrir ces nouveaux mots.
γ) collectionneurs d'éditions originales.
δ) passionnés de friandises.
-
30. « Mais quid des mots sortants ? »
Dans cette phrase, « quid » signifie
α) qu'en est-il ?
β) où est-il ?
γ) qui est-il ?
δ) que fait-il ?
-
31. « C'est un pavé. »
Parmi les quatre reformulations qui suivent, choisissez celle qui transmet le même sens.
α) « C'est un livre ardu. »
β) « C'est un livre épais. »
γ) « C'est un livre scientifique. »
δ) « C'est un livre fondamental. »
-
32. « Le carré des indigents » est la partie du cimetière réservée
α) aux soldats disparus.
β) aux pauvres.
γ) aux infidèles.
δ) aux indigènes.

33. Les « indigents de notre vocabulaire que l'on aurait enterrés sans même leur rendre hommage si Héloïse Neefs [...] ne s'était attelée à cet ouvrage titanesque ».
Parmi les quatre reformulations ci-dessous, choisissez celle qui transmet le même sens que la phrase.
- α) Si Héloïse Neefs s'était attelée à cet ouvrage titanesque, on aurait enterré, sans même leur rendre hommage, les indigents de notre vocabulaire.
 - β) Héloïse Neefs se serait attelée à cet ouvrage titanesque, si on avait enterré, sans même leur rendre hommage, les indigents de notre vocabulaire.
 - γ) Héloïse Neefs ne s'étant pas attelée à cet ouvrage titanesque, on a enterré, sans même leur rendre hommage, les indigents de notre vocabulaire.
 - δ) Si Héloïse Neefs ne s'était pas attelée à cet ouvrage titanesque, on aurait enterré, sans même leur rendre hommage, les indigents de notre vocabulaire.
-
34. « à cet ouvrage titanesque » signifie qu'il s'agit d'un ouvrage
- α) insignifiant.
 - β) difficile.
 - γ) révolutionnaire.
 - δ) inattendu.
-
35. Quel est le titre de l'ouvrage d'Héloïse Neefs ?
- α) Le Nouveau Littré.
 - β) Les Disparus du Littré.
 - γ) Le Dictionnaire de la langue française d'Emile Littré.
 - δ) Le Dictionnaire du Littré.
-
36. Dans son ouvrage, Héloïse Neefs
- α) traduit des mots désignant des métiers, des techniques et des objets.
 - β) donne l'étymologie de néologismes.
 - γ) propose des activités lexicales à l'intention du professeur de langue.
 - δ) recense les mots qu'on n'emploie plus.
-
37. L'« avant-propos » est placé
- α) après la bibliographie d'un ouvrage.
 - β) sur la quatrième de couverture d'un ouvrage.
 - γ) en tête d'un ouvrage.
 - δ) avant la dédicace d'un ouvrage.
-
38. Par « mots désusités » on entend des mots
- α) trop compliqués.
 - β) trop techniques.
 - γ) que plus personne ne comprend.
 - δ) qu'on n'utilise plus.
-
39. Combien de mots qui figuraient dans le dictionnaire d'Emile Littré ont-ils disparu ?
- α) 100 mots
 - β) 25 mots
 - γ) 25 000 mots
 - δ) 59 000 mots
-
40. « D'ailleurs, certains reviendront, sauvés in extremis de l'oubli, mais pour un usage, et parfois même avec un sens, légèrement dérivés du premier. »
Dans cette phrase, « in extremis » signifie
- α) par hasard.
 - β) à l'extrême.
 - γ) extrêmement.
 - δ) de justesse.
-

41. **Parfois, il se produit des « glissements » imprévus au fil des décennies.**
Par *glissement* on entend :
α) une évolution du sens du mot.
β) une tendance à l'oubli du mot.
γ) une ambiguïté dans le sens du mot.
δ) un dérapage verbal.
-
42. **Aux XVII^e et XVIII^e siècles, « trafic », désignait :**
α) la circulation automobile.
β) un commerce illicite.
γ) une activité d'achat et de revente.
δ) un encombrement de véhicules automobiles.
-
43. **« Et puis, il y a les retours en grâce [...] » de certains mots.**
Par « retours en grâce », vous comprenez que certains mots connaissent :
α) un gracieux retour.
β) un recours en grâce.
γ) une nouvelle vie.
δ) un retour en grande pompe.
-
44. **« Parier une roupie » signifie**
α) piquer un roupillon.
β) engager un pari.
γ) orner de parures.
δ) assortir par paires.
-
45. **Bernard Pivot est**
α) journaliste.
β) acteur.
γ) linguiste.
δ) professeur.
-
46. **Un langage fleuri est un langage**
α) botanique.
β) précieux.
γ) académique.
δ) grossier.
-
47. **Parmi les quatre phrases qui suivent, laquelle ne fait pas partie du « parler de tous les jours » ?**
α) J'ai flingué ma caisse.
β) Mon véhicule a subi des détériorations.
γ) Ma voiture est abîmée.
δ) J'ai esquiné ma bagnole.
-
48. **« Mais avec ce gigantesque ouvrage [...] », l'auteur de l'article se réfère à l'ouvrage**
α) d'Alain Rey.
β) de Bernard Pivot.
γ) d'Héloïse Neefs.
δ) d'Emile Littré.
-