

# CONVOCATÒRIA ORDINÀRIA

## **Proves d'accés a Cicles Formatius de Grau Superior 2002**

**Part específica**

**Segona llengua estrangera: Francès**

### **IMPORTANT:**

- 1. LA LLENGUA SELECCIONADA A LA PART COMUNA HA DE SER DIFERENT D'AQUESTA**
- 2. EN AQUESTA PROVA NO ES POT UTILITZAR DICCIONARI.**

**Per accedir a cicles formatius de grau superior:**

- Secretariat.**
- Animació turística**

# CONVOCATÒRIA ORDINÀRIA

## Proves d'accés a Cicles Formatius de Grau Superior 2002

Part específica

Segona llengua estrangera: **Francès**

versión en castellano

### IMPORTANT:

- 1. LA LLENGUA SELECCIONADA A LA PART COMUNA HA DE SER DIFERENT D'AQUESTA**
- 2. EN AQUESTA PROVA NO ES POT UTILITZAR DICCIONARI.**

### Per accedir a cicles formatius de grau superior:

- Secretariat.
- Animació turística

nom i cognoms: \_\_\_\_\_

NOTA: \_\_\_\_\_

Proves d'accés a cicles formatius de grau superior. Convocatòria ordinària 2002. Part específica. Segona llengua estrangera: francès

**INSTRUCCIONS: / INSTRUCCIONES:**

- No es pot utilitzar cap diccionari ni cap mena de material de consulta durant la realització d'aquesta prova.
- No se puede utilizar ningún diccionario ni ningún material de consulta durante la realización de esta prueba.

**EXERCICI 1** (3 punts): Llegiu el text següent, i resoleu l'exercici proposat a continuació.

**EJERCICIO 1** (3 puntos): Lee el siguiente texto, y resuelve el ejercicio propuesto a continuación.

**Les télévisions visent les jeunes mais veulent garder les plus âgés**

Les "vieux" n'auraient-ils plus la cote à la télé ? A en croire le discours des chaînes généralistes – 1 - annonceurs, les seules tranches d'âge dignes d'intérêt se situent toutes en deçà du demi-siècle. Symbole de cette focalisation des chaînes: les fameuses ménagères de moins de cinquante ans, objet de toutes leurs sollicitudes. Ce "jeunisme" forcené des télévisions hertziennes a été encore accentué – 2 - la montée en puissance de M6 à l'occasion de la diffusion de "Loft Story". Un programme conçu pour les plus jeunes, mais qui a séduit toutes les générations.

Les chaînes ne dédaignent pas les plus de cinquante ans. Elles ne mettent cependant pas en avant – 3 - audiences auprès de ce public, car les annonceurs ne le ciblent pas. Il n'ont pas besoin de le faire. Depuis la rentrée, TF1 et France 2 – 4 - l'accent sur les moins de cinquante ans qui "sont l'objectif premier des annonceurs. Donc nous sommes conduits à proposer des programmes qui ne visent que cette catégorie de la population", admet Guillaume de Vergès, directeur général adjoint de l'antenne et directeur des programmes de TF1.

"PUBLIC - 5 - : " Plus encore que les moins de cinquante ans, les chaînes visent les 15-24 ans .... Avec "Star Academy", TF1 vise cette audience versatile. "Notre stratégie est de proposer un programme destiné à un public – 5 - pour l'intégrer à la grande famille des téléspectateurs de TF1", reconnaît Guillaume de Vergès. "Star Academy" a rempli sa mission en termes d'Audimat. Les chaînes généralistes doivent absolument séduire les 15-24 ans pour garantir leurs futures audiences.

- 6 -, la quête des moins de cinquante ans semble plus un effet d'affichage, notamment en direction des annonceurs, qu'une réalité pour les téléspectateurs. La raison : séduire les 15-24 ans coûte cher aux chaînes mais rapporte peu... Preuve de ce double langage : "TF1 a créé une cible pour le marché publicitaire : la femme responsable des achats - 7 - constitué de trois personnes et plus", signale ce spécialiste du marketing. France 2 a fait de même en distinguant "la cible de 25-59 ans", ajoute M. Charonnat. Deux démarches ajustées sur les désirs des annonceurs et destinées à maintenir la puissance des chaînes - 8 - tous les publics. Les annonceurs semblent y souscrire. Ainsi, Bouygues Telecom, jadis très focalisé sur les 18-35 ans, " - 9 - plus aujourd'hui sa cible prioritaire". L'opérateur est le parrain de "Star Academy", mais il a "élargi sa cible - 10 - 49 ans".

Article de **Guy Dutheil** publié le 22 novembre 2001 dans le journal le Monde

### VOCABULAIRE

"Loft Story" : équivalent de « Gran Hermano »

"Star Academy" : équivalent de « Operación Triunfo »

TF1 et France 2 : les chaînes de télévision les plus importantes en France

**EXERCICE:** Après avoir lu le texte, choisissez la bonne réponse parmi les quatre options qui vous sont proposées (a,b,c,d) pour chaque espace. Une seule option est correcte. Indiquez vos réponses dans la colonne prévue à cet effet en cochant (X) la bonne réponse .

1.	a)	auprès de	b)	auprès de les	c)	auprès des	d)	auprès les	a	b	c	d
2.	a)	depuis	b)	en	c)	pour	d)	afin de	a	b	c	d
3.	a)	leur	b)	ses	c)	leurs	d)	unes	a	b	c	d
4.	a)	sont mis	b)	vont mettre	c)	ont posés	d)	ont mis	a	b	c	d
5.	a)	oublié	b)	ciblé	c)	intéressé	d)	connu	a	b	c	d
6.	a)	toutefois	b)	puisque	c)	étant donné que	d)	afin que	a	b	c	d
7.	a)	d'un ensemble	b)	d'une maison	c)	d'un quartier	d)	d'un foyer	a	b	c	d
8.	a)	sous	b)	sur	c)	sûr	d)	pour	a	b	c	d
9.	a)	ne le fait	b)	n'y fait	c)	n'en fait	d)	ne fait	a	b	c	d
10	a)	jusqu'à les	b)	à les	c)	jusque	d)	jusqu'aux	a	b	c	d

**EXERCICE 2** (3 points): Expliquez avec vos propres mots les parties suivantes *en italique* dans le texte de l'exercice 1.

(1). "... *Les "vieux" n'auraient-ils plus la cote à la télé ?* ..."

(2). "... *Un programme conçu pour les plus jeunes,* \_..."

(3). "... *Ils n'ont pas besoin de le faire.* ..."

(4). "... *qui ne visent que* ...".

(5). "... *coûte cher aux chaînes mais rapporte peu...*"

**EXERCICE 3** (4 points): **RÉDACTION.**

Redacteu la resposta al tema proposat:  
( Nombre mínim de paraules: 120 )

Redacta la respuesta al tema propuesto:  
( Mínimo: 120 palabras)

« Face à la concurrence des thématiques et d'Internet, les chaînes généralistes se disent obligées de s'intéresser aux moins de 24 ans, l'audience la plus versatile. Les publicitaires n'exigent étrangement aucun effort en direction des plus de 50 ans » affirme Guy Dutheil.

*En vous appuyant sur ce texte et d'après votre expérience personnelle, donnez votre opinion sur la qualité des programmes de télévision actuels dans votre pays.*