

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

PROPOSITION DE CORRIGÉ

EL GAZPACHO ANDALUZ...

Correction de la version

L'harmonisation de la notation tiendra compte du fait que les candidats ne sont pas des traducteurs spécialistes.

L'accent sera mis sur la cohérence de la traduction proposée. Tout effort de traduction juste sera valorisé. La même faute ne sera décomptée qu'une seule fois.

En ce qui concerne l'orthographe, le pénalisation sera modulée. Elle ne pourra excéder 2 points sur 20.

I - VERSION

Prenez une recette traditionnelle, arrosez-là d'une bonne dose de joie, ajoutez-y une petite dose d'investissement, concassez les clichés et servez le tout selon le goût local des fines bouches. Avec ces ingrédients, une entreprise sévillane projette d'ouvrir l'année prochaine une "Gazpachería", un débit de gazpacho à Miami dans le cadre d'un plan d'expansion qui prévoit aussi l'ouverture de plusieurs franchises en Espagne.

La Floride, état où les racines hispaniques sont les plus nombreuses, serait la porte d'entrée du marché nord-américain et la première incursion internationale de cette jeune enseigne. Au paradis de l'hamburger et du fast food, le gazpacho emboîterait ainsi le pas au jambon "ibérico" après que le gouvernement a débloqué en juin 2005 les importations du célèbre jambon "pata negra" labélisant ainsi les viandes espagnoles dont les abattoirs respectent les normes sanitaires imposées par les nord-américains.

II - QUESTIONS

Pour les réponses aux questions : il est souhaitable d'accorder de l'importance à la présence, au moins dans la première réponse, de tous les éléments fournis dans l'article. Les citations, encadrées ou nom de guillemets, seront acceptées à condition d'être pertinentes.

Le listage pur et simple, non rédigé, sera pénalisé.

Sur un plan général, il convient aussi de valoriser la correction de la langue, la construction des réponses ou de la lettre et la prise de risques

1/ La empresa de alimentación sevillana siguió una estrategia de expansión progresiva : en efecto, antes de contemplar la penetración de mercados extranjeros, empezó con el mercado regional (Sevilla) y poco a poco fue conquistando el mercado nacional extendiendo una red de franquicias en España. Su objetivo en el futuro y gracias a la apertura de una gazpachería en Miami, es conseguir su plan de expansión "en el paraíso de la hamburguesa".

-Producción de 200.000 L de gazpacho y salmorejo en dos tiendas de Sevilla.

-La empresa conoce un problema de distribución que debe resolver

-Invierte en la compra de una flotilla de furgonetas para una distribución más directa y facilitada.

-Plan de desarrollo de una red de franquicias con marca propia en ciudades como Cádiz, Sevilla o Valencia.

-Invierte en márketing (sector del vending lanzando un envase monodosis....). La empresa se diversifica (máquinas expendedoras).

-La empresa contempla un plan de expansión el próximo año con la apertura en Miami de una gazpachería "puerta de entrada al mercado estadounidense".

-Uno de sus objetivos en el país de "comida rápida" sería suministrar a supermercados de «alto standing».

2/ Su interés por el mercado estadounidense se justifica por la importancia de clientes, potenciales con "raíces hispanas" (chicanos.....).

Además en Florida la comunidad hispana es la más importante.

Tras el éxito de productos como el jamón ibérico, el gazpacho alimento de la dieta mediterránea seguirá así, los pasos de muchos productos españoles de calidad que pueden competir con "la comida rápida" o "la comida basura" estadounidense.

Además el gobierno norteamericano acaba de desbloquear en junio 2005 la importación de embutidos, como el famoso "pata negra" limitando así el efecto negativo de unas leyes proteccionistas demasiado estrictas para productos españoles o europeos.

Se podría también poner de realce el éxito creciente de la dieta mediterránea que se considera como la mejor alimentación o la comida más saludable del mundo.

Este reconocimiento acarrea, por supuesto un aumento considerable de las ventas de productos tales como las legumbres, el aceite de oliva, los vinos, los jamones ibéricos, de Jabugo o de pata negra ; jamones de calidad superior con denominación de origen.

Los consumidores estadounidenses prefieren cada vez más un buen bocadillo de jamón curado a un "fast food" a modo de hamburguesa. Los productos españoles de la dieta mediterránea tienen pues un buen futuro por delante.

La empresa sevillana ha sabido además* adaptar sus productos al gusto de los consumidores Norteamericanos : «.... al gusto del paladar local». La empresa realizó probablemente un Estudio de mercado pormenorizado para conocer los hábitos alimenticios de los clientes Potenciales de EE.UU.

III – LETTRE COMMERCIALE

Pas de corrigé type.

1 - Proposition de corrigé du compte rendu

<p><i>La situation de la contrefaçon aujourd'hui et ses conséquences (7 pts)</i></p> <ul style="list-style-type: none">➤ la plupart des contrefaçons proviennent de Chine ou de Russie➤ les saisies de copies par la douane allemande croissent rapidement➤ les saisies représentent 1,1 milliards d'€, 5 fois plus de 2005 à 2006➤ les faussaires portent préjudice à l'industrie allemande➤ le préjudice s'élève à 30 milliards d'€ par an en Allemagne, 600 au niveau mondial➤ cela a de nombreuses conséquences sur la société allemande :➤ absence de rentrées fiscales➤ dépenses médicales➤ prestations sociales pour demandeurs d'emploi ou chômeurs
<p><i>Le comportement des consommateurs et des entreprises (6pts)</i></p> <p><i>Les consommateurs :</i></p> <ul style="list-style-type: none">➤ ils savent que les contrefaçons peuvent être dangereuses :➤ habits toxiques, médicaments nocifs ou inefficaces, pièces de rechange de mauvaise qualité➤ mais ils achètent quand même➤ seuls 8% renoncent➤ ils ont pourtant un choix déterminant : ne pas acheter = mort de la contrefaçon <p><i>Les entreprises :</i></p> <ul style="list-style-type: none">➤ elles ont leur responsabilité : elles importent ces produits➤ elles sont démunies devant ce phénomène
<p><i>L'action du gouvernement allemand (4 pts)</i></p> <ul style="list-style-type: none">➤ volonté d'informer consommateurs et entreprises➤ utilise le biais d'une nouvelle page internet➤ cette page est présentée par la ministre de la justice elle-même➤ la ministre veut poursuivre le dialogue avec la Chine➤ les Allemands doivent montrer aux Chinois comment on procède en Allemagne pour protéger la propriété intellectuelle

3 points pourront être accordés pour la clarté du raisonnement et la qualité de l'expression.

NB :

On n'attend pas des candidats une liste exhaustive des idées du texte. Les réponses attendues sont en caractères gras et rapportent la totalité des points indiqués.

3 points pour la présentation et le français.

Ne pas pénaliser les candidats qui à partir d'un seuil de 180 mots n'auraient pas respecté le nombre de mots indiqués.

2 – Proposition d'une grille d'évaluation

Questions 1 et 2

- Maximum de points si le contenu est cohérent et si la consigne a été respectée	4 pts
- Intelligibilité	2 pts
- Richesse des moyens mis en œuvre (lexique, syntaxe, structures ...)	2 pts
- Correction grammaticale	2 pts

3 – Proposition d'une grille d'évaluation

- Respect des normes de présentation d'une lettre commerciale	5 pts
- Respect des consignes	5 pts
- Richesse linguistique	5 pts
- Correction linguistique	5 pts