



BANQUE COMMUNE D'ÉPREUVES

Concepteur : BANQUE IENA

CERAM Sophia Antipolis, ESC Amiens, ESC Brest, ESC Chambéry, ESC Clermont,
ESC Dijon, ESC La Rochelle, ESC Le Havre, ESC Montpellier, ESC Pau, ESC Rennes,
ESC St Etienne, ESC Tours-Poitiers (ESCEM), ESC Troyes, IECS Strasbourg, INT MANAGEMENT

CODE ÉPREUVE :

ÉPREUVE DE LANGUES VIVANTES I

80

IENA_LV1

**MERCREDI 10 MAI 2006
DE 8 HEURES A 12 HEURES**

DURÉE : 4 heures

OPTIONS S, E, L, T

ANGLAIS – ALLEMAND – ESPAGNOL – ITALIEN – RUSSE – PORTUGAIS – ARABE

LATIN

(La note sur 80 sera divisée par 4 pour obtenir la note sur 20,
les deux chiffres après la virgule arrondis au dixième supérieur.)

Les candidats ne sont pas autorisés à modifier le choix de la première langue dans laquelle ils doivent composer. Tout manquement à la règle sera assimilé à une tentative de fraude.

Ils ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique, sauf en latin pour lequel un dictionnaire Latin-Français est autorisé ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

Fauchon не пришёлся по вкусу российским гурманам

Развивать формат продовольственных бутиков в Москве начал владелец сети супермаркетов «Перекрёсток» Лев Хасис, который пару лет назад купил франшизу у французской сети Fauchon. Тогда же его партнёр - известный ресторатор Аркадий Новиков приобрёл не менее именитый Бакалейный дом Hediard. Простым обывателям было интересно посмотреть на диковинные продукты и не менее удивительные цены. Сегодня в Fauchon покупателей немного. В какое время ни зайдёшь в магазин, увидишь только одиноких продавцов. Они с надеждой бросаются навстречу потенциальному клиенту и начинают рассказывать о необыкновенных экзотических продуктах.

«Продавцы франшизы не объяснили, как надо продавать элитные товары. Они просто сказали – продукты закупайте вот здесь, интерьер должен быть вот таким, упаковка вот такой. Всё было сделано по правилам, и в итоге в магазине образовалось мёртвое пространство. Никакой атмосферы. Мы всё переделали, и теперь заходить в магазин намного приятней. Там чувствуется жизнь», – рассказывает Аркадий Новиков.

В открывшемся два месяца назад российском Hediard с самого начала сделали ставку на создание у покупателей особого настроения. «В магазине царит атмосфера восточного базара, но базара изысканного, – рассказывает Яна Песоцкая, оператор сети Hediard в России. – Развалы редких фруктов, ароматы специй, обилие драпировок, натуральная деревянная мебель. И мы стараемся сохранять в торговом зале атмосферу деликатесной лавки. Это располагает к покупке».

Сегодня Fauchon предлагает около 1800 наименований товаров, Hediard – 3000. Чем выше уровень магазина, тем меньше его ассортимент.

Традиционно в бутиках не продают продуктов повседневного спроса. Но держатели московских гастрономических бутиков собираются расширить ассортимент в 2 – 3 раза «Нельзя бездумно переносить концепцию французского магазина на российский рынок. Если мы хотим не просто представлять марку, а зарабатывать деньги, придётся продавать продукты повседневного спроса», – признался Аркадий Новиков.

Ресторатор пытается взглянуть на свой бизнес глазами покупателя, которому не нужен каждый день бразильский мармелад и который не поедет в магазин специально за особым кофе или чаем. «Человек регулярно покупает молоко, творог, мясо, рыбу, яйца. Деликатесы он возьмёт заодно. В Москве работать только за счёт особой продукции Hediard и Fauchon, конечно, смогут, но не очень эффективно, – продолжает он. – Для нас не принципиально, какова будет доля продукции под маркой Hediard – 50% или 60%».

«Владельцы франшизы не регламентируют ассортимент. Важно, чтобы соблюдалось основное требование – продавать самые лучшие продукты.» – подтверждает Яна Песоцкая. Желание владельцев бутиков продавать лучшее масло, лучшее молоко, лучшее мясо может оказаться трудноосуществимым. Потому что в нашей стране очень сложно найти поставщика продуктов такого класса, способного к тому же гарантировать постоянное качество. Трудности возникли даже при выборе такого, казалось бы, простого продукта, как хлеб. «Вы не представляете, сколько мы съели пирожков, пирожных и печений, прежде чем добились более или менее соответствующего качества. Стабильный вкус – большая проблема,» – убеждён Аркадий Новиков.

Пока владельцы отошли от наполеоновских планов, и развитие будет происходить за счёт открытия небольших отделов Hediard и Fauchon в гастрономах «Глобус Гурмэ», которые растут быстрыми темпами.

По оценкам компании «Магазин магазинов», потенциальная аудитория дорогих магазинов составляет 5 – 7% москвичей и жителей ближайшего Подмосковья. То есть речь идёт о 200 000 – 250 000 россиян, чей доход превышает 5000 \$ в месяц. «Каким образом гастрономические бутики собираются привлекать покупателей? «Мы «крутые», покупаем самые дорогие товары» – такой подход при торговле едой не работает. Одежда, машина, даже поход в ресторан – статусные вещи. Покупки в продуктовом магазине – нет. Продукты люди покупают для собственного удовольствия. Ведь каждый день гостей не принимают,» – поясняет Родион Толпушов.

Московские покупатели малопредсказуемы. Исследование потребительских предпочтений жителей элитных дач на Рублёвке показало, что большинство из них предпочитают покупать продукты не в дорогих супермаркетах и бутиках, а на местных рынках. По мнению Анны Ширияевой, товары от Hediard и Fauchon – скорее вид подарка. Кстати, во всем мире значительную часть доходов Fauchon и Hediard приносит именно продажа подарочных наборов для корпоративных клиентов. Сам Новиков резюмирует: «Красивый бизнес, но очень непростой».

Арина Лукашевич
Компания, № 393, 2005

I. VERSION (*sur 20 points*)

Traduire depuis: «По оценкам компании «Магазин магазинов ...» jusqu'à la fin.

(de la ligne 42 à la ligne 54)

II. QUESTIONS (*sur 40 points*)

1. *Question de compréhension du texte*

Что показало первое время работы гастрономических бутиков в Москве?

(100 mots + ou - 10%* ; sur 10 points)

2. *Question de compréhension du texte*

Объясните фразу из текста:

«Нельзя бездумно переносить концепцию французского магазина на российский рынок.»

(100 mots + ou - 10%* ; sur 10 points)

3. *Question d'expression personnelle*

С вашей точки зрения, участвует ли торговля в культурных обменах между странами?

(300 mots + ou - 10%* ; sur 20 points)

* Le non-respect de ces normes sera sanctionné.

(Indiquer le nombre de mots sur la copie après chaque question).

III. THEME (*sur 20 points*)

Il fait beau, cet automne, en Ukraine, du côté de Tchernobyl, à 80 kilomètres de Kiev et de la «révolution orange». Tout est normal. Rien ne l'est. Depuis le printemps de 1986, un jour où le soleil brillait aussi. Quelques heures plus tôt, le 26 avril 1986, le réacteur n° 4 de la centrale nucléaire avait explosé, engendrant la plus grande catastrophe de toute l'histoire de l'atome civil.

Pour la santé des habitants des zones contaminées, en Ukraine et en Biélorussie, le plus grand accident de l'histoire du nucléaire n'est toujours pas terminé. Dans le district de Braguine, autrefois prospère, on est passé de 38 560 en 1986 à 16 900 habitants aujourd'hui. Les habitants de la région, majoritairement des paysans, se régalent de baies sauvages, de champignons, appoint vital de leur maigre revenu. «On a le choix: mourir de la radioactivité ou mourir de faim, ironise Svetlana, ingénieur forestier. Que voulez-vous qu'on fasse?»

D'après Marion Festraëts, envoyée spéciale.

La catastrophe à petit feu

L'Express du 06/12/2004