

## 2.2.3.Французский язык

### 2.2.3.1.Письменный тур

#### Лексико-грамматический тест

#### Понимание письменного текста

#### Лист заданий

**Durée de l'épreuve : 1 heure 15**

**Note sur 40**

**Consigne : Il s'agit d'un texte composé de 7 paragraphes. Attention aux liens qui existent entre les parties du texte !**

*Exercice 1. Dans la grille ci-dessous choisir pour chaque espace vide la réponse la plus adéquate au contexte.*

*20 points*

#### **Supermarchés : le parcours de la tentation**

*Quand on fait ses courses au supermarché, on se promet toujours d'être raisonnable. Mais, chariot à la main, difficile de résister quand tout incite 1. \_\_\_\_\_ consommer encore et encore.*

Armée de son chariot et de sa liste de courses, la famille *On-mange-quoi* est prête à s'aventurer dans ce drôle de monde qu'est le supermarché. Au beau milieu des allées et des rayons, il lui faudra rester très 2. \_\_\_\_\_ pour n'acheter que le strict

3. \_\_\_\_\_ ! Car, si on trouve tout ce qu'on cherche dans les grandes surfaces, on y déniche aussi tout ce qu'on ne cherche pas. Et les enseignes regorgent 4. \_\_\_\_\_ idées pour nous donner envie d'acheter plus, de meilleure qualité, ou de nouveaux produits ! Un fonctionnement 5. \_\_\_\_\_ depuis l'entrée du magasin jusqu'aux caisses. Ici, comme dans tous les supermarchés, le parcours du client est étudié et calculé pour qu'il 6. \_\_\_\_\_ le plus possible son chariot ! C'est pour cela que les produits « indispensables » sont plutôt à chercher ... au fin 7. \_\_\_\_\_ du magasin.

### **Intertitre I. Allée centrale :**

---

L'allée centrale est 8. \_\_\_\_\_ que l'on emprunte dès l'entrée du supermarché. Elle commence dans la zone chaude (la première moitié du magasin), 9. \_\_\_\_\_ les clients ont encore leur chariot quasi-vide et sont prêts à faire des achats impulsifs ou coups de cœur. Les grandes surfaces le (l') 10. \_\_\_\_\_ bien. Elles profitent de cette zone pour monter des opérations, saisonnières ou non, accompagnées parfois d'animations. La Chandeleur est un bon prétexte pour *booster* les ventes de Nutella®. Et quand, en plus, un employé fabrique 11. \_\_\_\_\_ place de délicieuses crêpes, l'envie « spontanée » de « choco » est multipliée par dix ! La vue, l'odorat ... tous nos 12. \_\_\_\_\_ sont sollicités ! Jusqu'aux playlists musicales, spécial Noël ou spécial jeunes ... C'est essentiel que le client 13. \_\_\_\_\_ dans son magasin !

### **Intertitre II. Tête de gondole :**

---

En bout de rayon, là où les produits sont les plus visibles, se trouvent les têtes de gondole ! Les articles qui y sont présentés ont fait l'objet de négociations serrées entre le distributeur (l'enseigne) et le fournisseur (la marque), qui a 14. \_\_\_\_\_ intérêt à placer ses produits à cet endroit stratégique. La famille *On-mange-quoi*, comme 15. \_\_\_\_\_ autres clients, sera bien obligée de passer devant, alors qu'elle n'avait pas peut-être prévu d'entrer dans ce rayon précis. Encore une bonne

occasion d'acheter un produit qui ne (n') **16.** \_\_\_\_\_ pas sur la liste des courses ...

Les promos, celles des prospectus glissés dans nos boîtes aux lettres, sont souvent placées là. Et les représentations des marques, qui payent le magasin pour être mises en **17.** \_\_\_\_\_, vérifient que les supermarchés le font bien !

### **Intertitre III. *Rayon frais* :**

---

Il est temps de faire **18.** \_\_\_\_\_ au rayon frais. Toute la famille *On-mange-quoi* est concernée. Difficile de savoir quel yaourt choisir, tant il y en a ! Pourtant, ces desserts ne sont pas rangés n'importe comment ... Ici encore, dans cette zone froide, tout a été soigneusement réfléchi. Les produits de marque, les plus chers, sont placés à la bonne hauteur pour **19.** \_\_\_\_\_ aux yeux du client. Les produits de marque distributeur sont également bien situés. Évidemment, puisque ce sont eux qui rapportent le plus d'argent à l'enseigne. Mais ils doivent rester de 15 à 20 % moins chers, car à prix quasi-égal avec une marque connue, le client ne **20.** \_\_\_\_\_ pas vers eux ! En bas, sont disposés les produits premier prix, ainsi que les gros volumes.

### **Intertitre IV. *Rayon fruits et légumes* :**

---

Le coin des fruits et légumes est souvent le plus agréable. Tout est prévu pour. En particulier dans les grandes villes, où on aime avoir le sentiment de faire ses courses chez un petit commerçant, voire au marché. D'ailleurs, la lumière n'est pas la même selon les zones du magasin. Il faut avoir l'œil pour le remarquer. Ici, elle est plus jaune, afin de mieux soigner les formes et les couleurs des légumes et des fruits présentés avec soin. Des brumisateurs maintiennent leur fraîcheur, pour donner l'impression qu'ils viennent d'être cueillis ! Au fil des saisons, l'espace va évoluer.

En hiver, la famille *On-mange-quoi* va y trouver beaucoup plus de clémentines ... Et normalement, les fraises ne reviennent qu'au printemps. Quant aux bananes, elles se consomment en très grandes quantités tout au long de l'année. Cependant,

nous avons pris la mauvaise habitude d'acheter n'importe quel fruit ou légume, quelle que soit la saison. Est-ce vraiment bien raisonnable ?

**Intertitre V. Rayon lait :**

---

Le lait, produit de base par excellence, se trouve au fond du magasin, dans la zone froide. La famille *On-mange-quoi* aura donc traversé tout le supermarché et ses multiples tentations pour finir par mettre la main dessus !

**Intertitre VI. Direction la caisse :**

---

**Exercice 2. Remettez les phrases dans l'ordre. N'oubliez pas qu'il s'agit du dernier paragraphe du texte.**

<i>N°</i>	<i>Lettre</i>	<i>Phrases</i>
21.		A. Les articles présentés autour des caisses répondent à ces achats d'impulsion : fleurs, magazines, produits régionaux trop tentants, selon la situation du magasin et sa clientèle ...
22.		B. Qui n'a jamais <i>craqué</i> pour un paquet de chewing-gums juste avant de payer ?
23.		C. Enfin arrivé aux caisses, il ne reste plus qu'à attendre son tour derrière au moins un ou deux chariots.
24.		D. Finies les courses !
25.		E. Venu alors le temps des nombreuses tentations de dernière minute.
26.		F. Vraiment ?

*D'après Supermarchés. Le parcours de la tentation. Dossier. Okapi. N°1021. Avril 2016.*

**La grille de l'exercice 1**

**Лексико-грамматический тест**

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
--	----------	----------	----------	----------

1.	à	de	pour	-
2.	concerné	concernée	concernés	concernées
3.	maximum	minimun	nécessaire	utile
4.	avec les	d'	des	pour les
5.	appliqué	disposé	fait	mis
6.	remplit	remplira	va remplir	remplisse
7.	bout	commencement	début	fond
8.	celle	là	telle	y
9.	comme	où	parce que	que
10.	apprennent	connaissent	font	savent
11.	à la	de la	en	sur
12.	instincts	humeurs	sens	sentiments
13.	sente bien	se sente bien	sente bon	se sente bon
14.	tout	tout l'	tout leur	tout un
15.	les	tous	tous les	tous d'
16.	a été	était	serait	soit
17.	examen	place	scène	valeur
18.	arrêt	halte	pause	récréation
19.	figurer	frapper	sauter	se jeter
20.	se dirigerait	s'orienterait	se précipiterait	se tournerait

***Понимание письменного текста (чтение)***

***Exercice 3. Que signifient ces mots ? Trouver les mots en question dans le texte.***

***Relier-les à leur signification.***

***2 points***

27. booster

A. céder

B. provoquer

28. craquer

C. augmenter

D. échouer

**Exercice 4. Consigne : Relisez le texte et restituez les intertitres I-VI. Attention ! Il y a 4 intrus !**

**6 points**

				???
29.	Intertitre I. Allée centrale :	A	chacun sa place	
30.	Intertitre II. Tête de gondole :	B	l'ultime tentation	
31.	Intertitre III. Rayon frais :	C	embarras de choix	
32.	Intertitre IV. Rayon fruits et légumes :	D	la zone froide	
33.	Intertitre V. Rayon lait :	E	opération séduction	
34.	Intertitre VI. Direction la caisse :	F	ambiance campagne	
		G	tout pour être vu	
		H	la zone chaude	
		I	payer et partir	
		J	fin de parcours	

**Exercice 5. Relisez l'ensemble du texte. Choisissez VRAI (A) / FAUX (B) / NON MENTIONNÉ (C).**

**6 points**

	Reformulation	A Vrai	B Faux	C Non mentionné
35.	Dans une grande surface tous les clients font beaucoup plus d'achats qu'il ne le faut.			
36.	La zone chaude est faite pour y exposer les produits qui se vendent mal.			
37.	Les produits saisonniers occupent les meilleurs places dans le magasin.			

38.	Si l'on est bien dans son magasin, on y achète plus.			
39.	Les distributeurs payent aux magasins pour que leurs produits occupent les têtes de gondole.			
40.	Acheter n'importe quel fruit et légume est devenu une chose habituelle.			

**ПЕРЕНЕСИТЕ СВОИ РЕШЕНИЯ В ЛИСТ ОТВЕТОВ!**

### Понимание устного текста

#### Лист заданий

**Durée de l'épreuve : 25 minutes environ**

**Note sur 20**

**1. *Quelle est la nature du document ?***

**1**

***point***

A. une étude

C. une interview

B. une discussion

D. un reportage

**2. *L'idée principale du document est de ...***

**1**

***point***

A. ... parler de la diversité linguistique de la France.

B. ... mentionner différentes régions françaises.

C. ... analyser la carte linguistique de la France.

D. ... présenter une initiative sur la prononciation française.

**3-7. Que signifient ces noms propres ? Attention ! Il y a plus de significations que de noms propres !**

**5 points**

- |                   |                         |
|-------------------|-------------------------|
| 3. France Inter   | A. linguiste belge      |
| 4. Marc Fauvelle  | B. région belge         |
| 5. Louvain        | C. acteur célèbre       |
| 6. Mathieu Avanzi | D. internaute français  |
| 7. Fernandel      | E. journaliste de radio |
|                   | F. station de radio     |
|                   | G. ville belge          |

**8-12. Choisissez VRAI (A) / FAUX (B) / NON MENTIONNÉ (C).**

**8**

**points**

<b>Reformulation</b>	<b>A- vrai</b>	<b>B- faux</b>	<b>C-non mentionné</b>
<b>8.</b> L'initiative dont on parle est consacrée aux différences régionales du français moderne.			
<b>9.</b> Elle n'a pas eu beaucoup de succès auprès des internautes français.			
<b>10.</b> Les données de l'étude ont été publiées dans un ouvrage scientifique.			
<b>11.</b> Les cartes linguistiques montrent bien toutes les particularités régionales du français.			
<b>12.</b> Le scientifique va continuer son travail dans la même direction.			

**13. Citez 5 noms géographiques français mentionnés dans le document écouté. Attention ! L'orthographe incorrecte sera sanctionnée ! 5 points (1 point pour chaque non bien orthographié !)**

---



**Durée de l'épreuve : 60 minutes**

**Note sur 20**



**La Semaine de la langue française et de la francophonie se déroule du 17 au 25 mars 2018. Cette semaine permet de célébrer la langue française à travers de nombreuses animations organisées partout en France et à l'étranger.**

## Stimuler l'appropriation de la langue française

La Semaine de la langue française et de la francophonie a été créée en 1995 à l'initiative du ministère de la Culture et de la Communication. Elle est **organisée chaque année autour du 20 mars, journée internationale de la francophonie**.

Cet événement est un **moment privilégié de l'identité francophone**. Des **milliers de manifestations sont organisées en France et à l'étranger** : ateliers d'écriture, joute oratoire, compétitions de slam, conférences, débats, expositions, rencontres, etc.

**Partagez votre goût pour les mots et inscrivez votre événement sur l'agenda dédié** : [openagenda.com/slff-2018](http://openagenda.com/slff-2018)

Ces événements permettent au grand public de fêter la langue française, fédératrice d'un espace culturel commun à tous les francophones et aux amoureux du français.

## Des activités pédagogiques pour fêter la langue française

La Semaine de la langue française et de la francophonie est un temps fort de l'**opération nationale "Dis-moi dix mots"**. **Chaque année, dix mots sont mis à l'honneur**. Pour l'année scolaire 2017-2018, les dix mots retenus sont : accent, bagou, griot, jactance, ohé, placoter, susurrer, truculent, voix, volubile.

**Les enseignants peuvent utiliser les outils de sensibilisation à la langue française** mis en ligne sur le site : [dixmoidixmots.culture.fr](http://dixmoidixmots.culture.fr)

un "livret des dix mots" propose des définitions, des jeux et des textes des fiches pédagogiques, des animations audiovisuelles et des chroniques audio sur les dix mots réalisées par le Scéren-CNDP

*La Semaine de la langue française et de la francophonie est une occasion de présenter entre autres les projets artistiques ou littéraires développés dans le cadre de l'opération "Dis-moi dix mots".*

**Situation** : Vous êtes responsable de l'organisation des manifestations culturelles de votre établissement scolaire. Vous tombez sur cette affiche et vous décidez de créer un projet culturel et éducatif destiné à la semaine de la francophonie 2018. Présentez vos idées dans un texte clair et argumenté.

**Consigne** : Rédigez votre projet pour le présenter au directeur de votre établissement scolaire. La longueur du texte est de 200 mots  $\pm$  10%.

Vous aurez réussi si :

- ✓ vous faites une introduction dans laquelle vous parlez de la francophonie,
- ✓ vous présentez votre projet original en précisant ses objectifs et son déroulement,
- ✓ vous expliquez pourquoi ce projet sera très important pour votre établissement
- ✓ vous faites une conclusion dans laquelle vous allez inviter du monde à y participer,
- ✓ vous donnez un titre attirant à votre texte.

**Лексико-грамматический тест****Лист ответов****Exercise 1**

1.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
2.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
3.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
4.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
5.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
6.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
7.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
8.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
9.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
10.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
11.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
12.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
13.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
14.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
15.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
16.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
17.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
18.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
19.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
20.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>

## Понимание письменного текста

### Лист ответов

<b>Exercise 2</b>										
21.	A	B	C	D	E	F				
22.	A	B	C	D	E	F				
23.	A	B	C	D	E	F				
24.	A	B	C	D	E	F				
25.	A	B	C	D	E	F				
26.	A	B	C	D	E	F				
<b>Exercise 3</b>										
27.	A	B	C	D						
28.	A	B	C	D						
<b>Exercise 4</b>										
29.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
30.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
31.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
32.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
33.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
34.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
<b>Exercise 5</b>										
35.	A	B	C							
36.	A	B	C							
37.	A	B	C							
38.	A	B	C							
39.	A	B	C							

40.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
-----	----------	----------	----------

## Понимание устного текста

### Лист ответов

1.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>			
2.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>			
3.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>
4.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>
5.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>
6.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>
7.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>
8.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>				
9.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>				
10.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>				
11.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>				
12.	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>				
13.	1)						
	2)						
	3)						
	4)						
	5)						
14.							





