

ACTIVITÉ 1

Faites correspondre à chaque texte un intertitre. Attention, il y a un intertitre en trop.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

TEXTES

1a.	Nous vivons dans une société d'image et vous serez aussi bien jugé sur votre apparence que sur vos compétences. Une récente enquête a démontré que les personnes qui soignent leur style au travail étaient mieux payées que les personnes qui se laissent aller. Habillez-vous d'une façon adaptée à votre poste.
2a.	S'énervé est sûrement la pire des erreurs pour un manager qui perd immédiatement sa crédibilité. Même s'il est assez fréquent de rencontrer des responsables dépassés qui s'emportent à la moindre occasion, ce comportement est totalement incompatible avec un poste haut placé dans la hiérarchie. S'il ne vous reste que la colère pour tenter de faire évoluer les choses, c'est qu'il est déjà trop tard.
3a.	Bien évidemment, il arrive à tout le monde de louper son réveil ou d'être pris dans les bouchons mais vous devez veiller à ce que vos retards soient exceptionnels. Sachez que le non respect des horaires est considéré comme une faute grave et peut avoir des conséquences dramatiques.
4a.	Ce comportement démontre que vous êtes un employé sur qui on ne peut pas compter. Apprenez à vous taire ! Y compris lorsque vous discutez avec des personnes particulièrement médisantes. Il peut s'agir d'un piège pour tester votre loyauté. Entre nous, vous n'avez pas mieux à faire que blablater sur les autres ?
5a.	Quoiqu'il en soit, si vous souhaitez sauvegarder votre image pensez à rester courtois. Pas uniquement à l'oral, vous devez être également vigilant lors de la rédaction d'un e-mail ou d'un appel téléphonique. Ce n'est pas parce qu'il n'existe pas encore de code de bonne conduite pour les moyens de communication modernes qu'il faut manquer de respect aux autres !

www.huffingtonpost.fr

INTERTITRES

A.	Garder son sang-froid	D.	Être ponctuel
B.	Ne pas critiquer vos collègues	E.	Avoir une tenue correcte
C.	Accepter de nouvelles missions	F.	Respecter les règles de savoir-vivre

ACTIVITÉ 2

Rétablissez l'ordre initial en mettant une croix en regard de chaque item : l'ordre des lettres représente l'ordre des lignes.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

Vacances : « Des paysages et des monuments »			A	B	C	D	E	F
	Je photographie uniquement des paysages et des monuments. Je ne supporte pas qu'il y ait	x						
6a.	mes clichés, je me dis parfois que c'est dommage de ne pas y apparaître du tout, aussi je commence à me forcer un peu en faisant							
7a.	des bâtiments en photos plutôt que des personnes. Quand je regarde							
8a.	des gens sur mes photos, que ce soit des proches ou des inconnus. Je vais jusqu'à les pousser s'ils ne bougent pas ! Je suis partie à Séville l'an dernier, nous étions trois, mais je n'ai pas pris							
9a.	quelques <i>selfies</i> . Cela évite de devoir demander à quelqu'un de prendre la photo. Je trouve que le résultat est plus naturel, moins figé, il y a plus							
10a.	une seule photo de nous. J'ai fait des études d'histoire, j'adore les vieilles pierres, alors je préfère avoir							
	d'émotions qui passent. Je l'ai fait dernièrement à New York, histoire de dire « J'y étais ! ». – Laurence, 46 ans							x

Marie France

ATTENTION

- Essayer de répondre à toutes les questions.
- Reporter les réponses sur la feuille de réponses « 1 ».
- Ne donner qu'une seule réponse à chaque question.
- Durée de l'épreuve : **120 minutes**.

ACTIVITÉ 3

Lisez le texte ci-dessous.



marie france



BEAUTÉ MODE SANTÉ PSYCHO CULTURE DÉCO ÉVASION CUISINE ÉCONOMIÉS BONNS PLANS

"Sauvez vous viiiiiiiiite !!!! VIIIIITE !!!"

Avis écrit le 18 juillet 2013

Tous critiques gastronomiques !

Fous de *food*, les Français se répandent en commentaires sur Internet, au point que leurs avis et photos, parfois gratinés, semblent faire la pluie et le beau temps dans la restauration. - Par Amandine Grosse

« Carte variée, produits frais et service plutôt agréable. Dommage que les plats soient arrivés tièdes. Les desserts manquent d'originalité mais les assiettes sont copieuses. » Le dernier commentaire d'Hélène sur un restaurant est plutôt mitigé. Et cette quasi pro de la critique n'en est pas à ses débuts : la jeune femme de 37 ans a publié plus de 100 commentaires sur le site Tripadvisor. Une opération presque systématique, revendiquée comme un moyen d'informer les internautes qui, comme elle, éprouvent le besoin d'évaluer la notoriété d'un établissement avant d'y mettre les pieds. Outre le partage d'informations, Hélène met en avant son profil de gastronome : « Quand je teste un restaurant, tous mes sens sont en éveil. J'observe, j'analyse, je goûte et j'évalue. Disposer d'un espace pour partager ce moment, c'est bon pour tout le monde ».

Elle n'est pas la seule à le penser. Avec 150 millions d'avis postés ces douze derniers mois et 90 contributions à la minute, le site Tripadvisor enregistre une hausse de plus de 50% par rapport à 2013. Tantôt utiles, tantôt abusifs, voire faussés, les avis d'internautes enchantés, dubitatifs ou mécontents mettent en lumière ou peuvent détruire en quelques clics la réputation d'une maison.

De quoi agacer certains restaurants qui voient dans cette manie de tout noter (et photographier) l'effet pervers du Web anonyme et d'une e-démocratie virant parfois à la tyrannie. Autrefois, les déceptions ou les coups de cœurs des clients s'illustraient avec franchise en fin de repas par un compliment au chef ou une réserve argumentée. Aujourd'hui, ses états d'âme gustatifs restent bien souvent muets face à l'assiette pour s'exprimer en catimini, derrière un pseudonyme, une fois de retour à la maison. « Je suis d'accord avec le fait de s'exprimer sur la qualité d'une prestation, mais je reste mesuré quant aux limites qu'offrent ce type de plateformes. L'anonymat, le manque de discernement et d'objectivité de certains clients, la facilité avec laquelle les internautes peuvent fausser un commentaire sont autant d'éléments dangereux qui compromettent l'exercice », pointe Dominique, chef de son propre restaurant en région parisienne. Car si les sites promettent de vérifier (on ne sait par quels moyens) la véracité et l'authenticité des commentaires, les restaurateurs sont souvent victimes de faux avis guidés par la « vengeance » ou postés par la concurrence.

À l'inverse, certains établissements n'hésitent pas à multiplier les dithyrambes sur leur propre table. Selon une étude de Bing Liu, professeur d'informatique, environ 30% des critiques en ligne seraient bidons ! Depuis juillet 2013, les établissements peuvent s'engager à prouver la véracité de leurs éloges via une norme d'authenticité mise au point par l'association AFNOR mais, paradoxalement, le business du faux commentaire n'a jamais été aussi rentable. Des agences d'e-réputation proposent ainsi à des restaurateurs de poster des appréciations positives sur leurs services, promettant de passer outre le système d'authentification de Tripadvisor & Co. Cette pratique juteuse et illégale titille sérieusement la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), laquelle en a fait l'un de ses chevaux de bataille. Avides de commentaires « sincères » mais rendus méfiants par les dérives d'un système opaque, les internautes font le tri. « En un coup d'œil, je distingue les critiques gratuites et mal argumentées et celles qui reviennent et paraissent crédibles », assure Marie, 42 ans.

« La culture du commentaire est propre à Internet, souligne Michael Stora, psychanalyste. L'internaute se dit que, lui aussi, il a le droit de donner son avis, sans compter que ce bal masqué 2.0 le place à l'abri de l'autre et de ce que la société exige de nous, à savoir une courtoisie nécessaire ». Libéré des contraintes de la réalité, le virtuel associé au choix de l'anonymat a des vertus désinhibantes. Un anonymat domageable, selon M. Stora : « Il y a une mise en péril du restaurateur alors que, parallèlement, nous n'avons pas suffisamment d'informations sur le consommateur, ce qui rend son commentaire encore plus subjectif... ». Que penser des avis teintés de méchanceté qui pullulent sur la Toile ? « À l'abri des regards, certains ont pour seul plaisir de casser les cadres. Les pages réservées aux commentaires sont des espaces de décharges », analyse le psy.

Au vu de ses 260 millions de visiteurs uniques mensuels à travers le monde, on est en droit de se demander si les classements publiés sur Tripadvisor sont aujourd'hui plus prescripteurs que les journalistes et les guides gastronomiques. « Comme pour un film, je me fie davantage à cinq commentaires croisés de clients lambdas qu'à la critique d'un journaliste ou d'un guide », explique Pierre, 41 ans. De là à dire que nous sommes tous critiques gastronomiques, il y a un pas qu'Emmanuel Rubin, journaliste gastronomique, se refuse à franchir. « Les avis en ligne sont un immense café du commerce. Pas de hiérarchie de l'information, aucun garde-fou, il s'agit plus d'anarchie que de démocratie. Rien à voir avec un critique professionnel ». Vous êtes du même avis ?

3.1 Lisez le texte qui précède et choisissez la bonne réponse.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

11a. L'article porte essentiellement sur la relation entre

- A. les restaurateurs et les clients internautes.
 B. les journalistes gastronomiques et les clients des restaurants internautes.
 C. les restaurateurs et les journalistes gastronomiques.

12a. Par rapport au sujet traité, la personne qui a rédigé l'article

- A. adopte une attitude positive.
 B. adopte une attitude négative.
 C. adopte une attitude neutre.

3.2 Après avoir lu l'article « Tous critiques gastronomiques ! », choisissez pour chaque item la proposition qui vous paraît correcte.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

- 13a. A. Héléna est une spécialiste de gastronomie passionnée par son métier.
 B. Héléna est extrêmement sévère avec les restaurants qu'elle fréquente.
 C. Héléna prend au sérieux le rôle de commentatrice sur Internet.
- 14a. A. Dans le passé, les clients des restaurants exprimaient aux restaurateurs en face à face leur avis par rapport à la qualité du repas.
 B. Dans le passé, les clients des restaurants se montraient plus réservés en ce qui concerne les commentaires par rapport à la qualité du repas.
 C. Dans le passé, les clients des restaurants osaient exprimer plus facilement leur avis par rapport à la qualité du repas.
- 15a. A. La technologie peut garantir largement l'authenticité des commentaires adressés, par le biais d'Internet, aux restaurants.
 B. Quant à l'évaluation des restaurants via Internet, la pratique des faux avis est le problème le plus fréquent auquel les restaurateurs doivent être confrontés.
 C. Les commentaires publiés sur Internet, concernant les restaurants, sont fréquemment de mauvaise foi.
- 16a. A. Certains internautes se limitent à la consultation des premiers commentaires inscrits sur Tripadvisor.
 B. Les internautes n'acceptent pas, de façon irréflective, les commentaires sur Tripadvisor.
 C. Les internautes acceptent seulement les commentaires publiés par des personnes identifiées sur Tripadvisor.
- 17a. A. L'anonymat réduit la validité de l'évaluation des restaurants via Internet.
 B. Les commentaires sur Internet, concernant la qualité des services d'un restaurant, sont plus fiables grâce à l'anonymat.
 C. Un bon nombre de restaurateurs français ignorent les commentaires anonymes publiés sur Tripadvisor.
- 18a. A. Pierre et Emmanuel Rubin sont en total désaccord.
 B. Pierre et Emmanuel Rubin sont des concurrents professionnels.
 C. Pierre et Emmanuel Rubin perçoivent les choses de la même manière.

3.3 Faites correspondre les synonymes ci-dessous aux mots encadrés dans le texte. Attention, il y a un synonyme en trop.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

MOTS

19a.	éprouver
20a.	mettre en lumière
21a.	agacer
22a.	compromettre
23a.	titiller
24a.	pulluler
25a.	franchir

SYNONYMES

A.	éclairer
B.	envier
C.	préoccuper
D.	abonder
E.	énervé
F.	exposer
G.	surmonter
H.	ressentir

ACTIVITÉ 4

Lisez l'article ci-dessous.

INTERNATIONAL POLITIQUE SOCIÉTÉ ÉCO CULTURE IDÉES PLANÈTE SPORT SCIENCES TECHNO STY

Idées

IDÉES Points de vue Les débats Editoriaux Analyses Idées chroniques Think tanks Chats Blogs

L'économie du cinéma français entrave la diversité de la création

Le Monde.fr | 04.09.2014 à 15h27 • Mis à jour le 04.09.2014 à 16h14 |
Par Quentin Jagorel, Paul Grunelius et Gilles Verdiani

Abonnez-vous à partir de 1 € Réagir Classer Partager

L'économie du cinéma français est aujourd'hui traversée par un paradoxe. Conçue pour défendre l'exception culturelle, donc la diversité de la création, en sortant notamment l'industrie du cinéma des logiques classiques du marché, elle entrave pourtant l'émergence de formes innovantes de création cinématographique. Dogmes et effets pervers sont à l'origine de cette uniformisation du cinéma français : de très nombreux réalisateurs indépendants ressentent au quotidien, comme nous, les multiples freins qui s'opposent à leur créativité.

En France, les acteurs de l'audiovisuel sont obligés d'investir, sous forme de préachat, un pourcentage de leur chiffre d'affaires dans la production de films. Comme le cinéma français ne fait pas de bonnes audiences à la télévision, les chaînes limitent leurs pertes en s'engageant sur le moins de films possible.

En général, sur de grosses productions, moins risquées. Cette très forte concentration du financement des chaînes de télévision sur quelques productions peut désormais mettre en danger non plus seulement les films indépendants sous-financés, mais aussi ce que Pascale Ferran a appelé les « films du milieu », au budget intermédiaire, comme ceux de Kechiche, Audiard ou Desplechin.

Une refonte du système passe par une remise en cause de la chronologie des médias, règle qui stipule qu'un film sorti en salle doit attendre quatre mois après avoir disparu des grands écrans pour être disponible en VOD (Video On Demand) et en DVD, et douze mois pour être diffusé sur une chaîne de télévision payante. Les médias et les festivals ne s'intéressent aux films que lors de leur sortie en salle, où ceux-ci ne restent parfois que quelques semaines, avant de disparaître des radars et des mémoires jusqu'à leur réapparition en vidéo.

Pour dénoncer l'étroitesse des fenêtres de diffusion du cinéma en France, Vincent Maraval, le patron de Wild Bunch, a récemment attiré l'attention sur le fait que lui-même et ses confrères étaient contraints de dépenser beaucoup d'argent pour faire venir des spectateurs dans les salles, alors même que la VOD est, pour certains films, un mode de diffusion plus adapté. C'est le cas de *Welcome to New-York* d'Abel Ferrara, diffusé par Wild Bunch uniquement en VOD.

À ce constat s'ajoute celui de la mainmise de la distribution sur la production. Un phénomène qui n'est pas propre au cinéma – les agriculteurs s'en plaignent aussi – mais qui n'a un tel impact dans aucun autre secteur. Sur les près de 300 films produits en moyenne chaque année en France, aucun n'a pu se monter sans avoir été préacheté par un distributeur et/ou une chaîne de télévision.

Si l'on compare ce dispositif à un autre marché, comme par exemple celui de la grande distribution, l'aberration de cette prise en otage se fait criante : une marque d'électroménager,

par exemple, ne pourrait pas lancer sa fabrication sans le préachat de ses produits par des grandes surfaces... Rien dans les textes n'interdit de faire projeter un film dans une ou plusieurs salles sans passer par un distributeur, mais dans les faits, cela n'arrive presque jamais, car les écrans sont remplis par les films des distributeurs – sans compter que la grande majorité des salles appartient aux principaux distributeurs : UGC, Gaumont-Pathé et MK2 ! Les producteurs de films n'ont en réalité pas accès au marché. Ils produisent, captifs, non pour le public, mais pour leurs clients : les diffuseurs. En outre, dans un contexte d'd'inflation du nombre de productions, une grande part des films qui parviennent à être produits et diffusés restent invisibles. Au-delà des barrières à la production, le système de chronologie des médias échoue donc aussi à donner aux films les plus confidentiels une réelle exposition : certains films d'une immense qualité ne sont diffusés que sur dix ou quinze copies ! Entraver l'émergence de prototypes et d'expérimentations filmiques pour réduire le risque financier ou pour obéir à des conceptions esthétiques ineptes, n'est pas toujours un bon calcul économique. Car, comme l'année dernière avec les films de Guillaume Gallienne ou Albert Dupontel, ce sont souvent les propositions originales qui attirent le public. *La Vie d'Adèle* de Kechiche n'a coûté que 4 millions d'euros, mais a attiré près d'un million de spectateurs, soit une rentabilité estimée à 219% !

Le cinéma n'est certainement pas un secteur de libre concurrence, la production est extrêmement encadrée, largement soutenue d'un côté, et très contrainte de l'autre. Des taxes sont prélevées sur toutes les entrées (y compris des films étrangers) pour aider au financement des films français. Les chaînes de télévision sont obligées (Canal + au premier chef) de préacheter un grand nombre de films français. En apparence, ces dispositions visent à ne pas livrer la production cinématographique nationale aux lois du marché.

Et pourtant, ses acteurs économiques principaux, producteurs et diffuseurs, se comportent comme si la rentabilité était leur seul objectif. Mais alors, pourquoi continuer à protéger ce secteur ? Cet encadrement de la production, cette soustraction volontaire aux lois communes de l'économie marchande que l'on appelle exception culturelle, ne peuvent être justifiés que par la poursuite d'objectifs non marchands. Il faut que le cinéma français se considère comme un art, un lieu de création, d'innovation, de recherche, où s'exprime des singularités, des tempéraments, des visions. Est-ce le cas aujourd'hui ? Nous ne le pensons pas. Nous voyons des films semblables sortir des mêmes tuyaux par les mêmes fenêtres.

Nous aimerions que l'originalité ne soit plus un gros mot, mais la moindre des ambitions. Elle existe chez les auteurs, chez les cinéastes. Elle est refusée par le système de production, qui est en réalité un système de diffusion. Pour sortir de cette étroitesse de vue, internet offre la possibilité pour les films d'accéder au monde entier, à toute heure du jour et de la nuit. Et si le financement participatif, en plein essor dans la production cinématographique en France, ouvrait une nouvelle voie dans ce sens ? Et si la VOD et le DVD n'étaient plus le parent pauvre de l'obsolète chronologie des médias, et devenaient le mode de diffusion privilégié d'un cinéma de création, de liberté et d'indépendance ? Qu'on le veuille ou non, c'est en train d'arriver.

www.lemonde.fr

4.1 Après avoir lu l'article qui précède, choisissez la bonne réponse.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

26a. L'article traite

- A. des risques de l'industrie cinématographique français à cause du manque de moyens financiers.
- B. des problèmes du cinéma français liés à la mauvaise qualité des films.
- C. des initiatives des producteurs français pour éviter les problèmes financiers.

27a. L'auteur de l'article est plutôt

- A. pessimiste envers l'usage des nouvelles technologies au profit de la production cinématographique.
- B. sceptique quant à l'essor du cinéma français.
- C. favorable à la création de films innovants.

4.2 Après avoir lu l'article « L'économie du cinéma français entrave la diversité de la création », choisissez pour chaque item la proposition qui vous paraît correcte.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

28a. Le paradoxe qui gouverne actuellement l'économie du cinéma en France réside dans

- A. l'absence de réalisateurs ayant des idées novatrices.
- B. la présence d'une diversité culturelle dogmatique.
- C. une optique restreinte de la création cinématographique.

29a. La production cinématographique française se trouve en péril en cause de

- A. l'augmentation des films médiocres.
- B. l'investissement des chaînes télévisées sur des films à gros budgets.
- C. l'absence d'équilibre entre le chiffre d'affaires et les dépenses des acteurs de l'audiovisuel.

30a. Selon V. Maraval la diffusion du cinéma français dépend

- A. de la publicité faite auprès des spectateurs.
- B. de la langue de diffusions des films.
- C. des contraintes budgétaires.

31a. La mainmise de la distribution sur la production est considérée comme

- A. une pratique déraisonnable.
- B. une pratique courante et acceptable.
- C. une opportunité pour la diffusion des films.

32a. Les films présentant des bénéfices importants sont

- A. toujours des films étrangers.
- B. parfois des films à faible budget.
- C. des films esthétiquement médiocres.

33a. L'essor du cinéma français sera possible

- A. avec la collaboration des producteurs et des diffuseurs.
- B. si l'on essaie de sortir des anciennes habitudes.
- C. avec l'aide des médias.

4.3 Parmi ses propositions, indiquez chaque fois celle qui vous semble le mieux convenir au contexte.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

34a.	la refonte	A. <input type="checkbox"/>	la réapparition
		B. <input type="checkbox"/>	le maintien
		C. <input type="checkbox"/>	le remaniement
35a.	la mainmise	A. <input type="checkbox"/>	l'emprise
		B. <input type="checkbox"/>	l'influence
		C. <input type="checkbox"/>	la confiscation
36a.	l'aberration	A. <input type="checkbox"/>	l'erreur
		B. <input type="checkbox"/>	la rectitude
		C. <input type="checkbox"/>	l'absurdité
37a.	d'inflation	A. <input type="checkbox"/>	de diminution
		B. <input type="checkbox"/>	d'augmentation
		C. <input type="checkbox"/>	de compression

38a.	ineptes	A. <input type="checkbox"/>	raisonnables
		B. <input type="checkbox"/>	astucieuses
		C. <input type="checkbox"/>	absurdes
39a.	la rentabilité	A. <input type="checkbox"/>	l'utilité
		B. <input type="checkbox"/>	le bénéfice
		C. <input type="checkbox"/>	le privilège
40a.	l'obsolète	A. <input type="checkbox"/>	la vétuste
		B. <input type="checkbox"/>	l'actuelle
		C. <input type="checkbox"/>	la réactionnaire

ACTIVITÉ 5

Lisez le texte ci-dessous.

Menu L'Express

L'EXPRESS EMPLOI

S'abonner à L'Express Emploi : offre flash Connexion S'inscrire

A la une • Offres d'emploi • Conseils • Gestion de carrière • Franchise • Formation • Salons • Vidéos • Club Business et sens



**« Intouchables est un appel à recruter autrement »
Les recruteurs ont des leçons à tirer du succès d'Intouchables**

Intouchables n'est pas à voir comme un film divertissant ou une leçon de bien-pensance sur l'intégration des minorités, mais comme un appel à humaniser nos pratiques personnelles et professionnelles, notamment dans le recrutement. Le film est un grand bol d'oxygène

face à la souffrance liée à l'omniprésence des^{41a} scolaires et au respect de l'ordre établi, ce qui explique son succès.

Si le public s'y est aussi massivement rallié, c'est d'abord par gratitude envers ceux qui réussissent à dépasser les habitudes policées pour écouter leur instinct, donner une chance à l'énergie du cœur qui^{42a}

un potentiel d'innovation et d'implication. Car en France, les portes des grandes écoles, voies royales vers les grandes entreprises et un parcours professionnel réussi, s'ouvrent à ceux qui savent résoudre les équations mathématiques à l'adolescence. L'expérience acquise au fil des années ne suffit pas à contrebalancer le poids du diplôme initial. D'où les difficultés des filières d'apprentissage, qui peinent à attirer les talents scolaires, lesquels savent qu'ils n'ont aucun besoin d'avoir été plongés dans le bain pour trouver un emploi.

Dans l'entendement français, le recrutement optimal est celui d'un diplômé de la même école que les dirigeants, dont le^{43a} l'a amené à exercer des fonctions similaires à celles qu'il aura à assumer, au sein d'une entreprise de taille comparable, opérant sur le même secteur d'activité ! Or rien de tout cela n'existe dans *Intouchables*. La sélection de l'aide à domicile par le « recruteur » Philippe, incarné par François Cluzet, se porte sur une personne sans diplôme, ayant la prison pour principale expérience. Le droit à l'erreur lui est même accordé dès la première rencontre: bien que constaté, le vol de l'œuf Fabergé n'est ni dénoncé ni éliminatoire.

Le public nombreux d'*Intouchables* signe aussi l'.....^{44a} à l'intégrité de ceux, trop rares, qui osent dire ce qu'ils pensent et savent s'y tenir pour la raison simple qu'ils ne cherchent pas à démontrer leur supériorité ni ne prêtent attention à leur image. Mais notre société axée sur les conventions est sourde aux Christophe Colomb, à ceux qui proposent des voies nouvelles ou tout simplement qui attirent notre attention sur une information qui nous gêne.

Dans *Intouchables*, le recruté ouvre de nouveaux dossiers et transforme son contexte professionnel. Car inventer de nouveaux produits, services ou organisations, suppose de laisser leur chance à ceux qui ont le courage de proposer de faire mieux, même si au passage ils déstabilisent l'ordre établi sans le vouloir.

Toute personne plongée dans un nouvel environnement peut avoir un regard neuf sur les pratiques, l'organisation, les réflexes, les non-dits; toute expérience nouvelle est un vecteur d'enrichissement; tout nouvel angle d'analyse porte une critique constructive; toute^{45a} peut constituer un signal d'alerte; toute idée neuve est porteuse d'innovation. L'irrespect des conventions de Driss, le personnage joué par Omar Sy - moqueries envers le handicap, la musique classique, le rituel de la fête anniversaire...- est même déclencheur de mieux être pour le recruteur.

Dans *Intouchables*, le recruté déclare aussi sans masque sa motivation décalée (intérêt pour l'assistante, besoin administratif pour les Assédic) et son^{46a} pour la situation spécifique du recruteur. Ce dernier le retient exclusivement pour son savoir-être sans mensonge, sans tenir aucun compte de son absence de savoir-faire techniques pourtant bien nécessaires, mais acquérables par la formation.

5.1 Dans le texte qui précède certains mots n'ont pas été imprimés. Essayez de les retrouver.

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

- | | | | | | |
|------|--|------|--|------|--|
| 41a. | A. cartes
B. supports
C. résultats | 43a. | A. concours
B. cours
C. parcours | 45a. | A. affirmation
B. contestation
C. reconnaissance |
| 42a. | A. recèle
B. abandonne
C. découvre | 44a. | A. adhésion
B. opposition
C. accession | 46a. | A. désintéret
B. empressement
C. chagrin |

5.2 D'après le texte, on peut déduire que :

Pour chaque item, cochez la case correspondant à votre choix sur la feuille de réponses.

47a. *Intouchables* est un film qui pourrait

- A. susciter les réactions des recruteurs. B. entraîner la mise en place de nouveaux critères d'embauche. C. œuvrer pour l'intégration réussie des personnes handicapées dans la société.

48a. Actuellement, les entreprises françaises

- A. rencontrent des problèmes de recrutement par manque de personnes qualifiées. B. se centrent uniquement sur les qualifications professionnelles des candidats. C. hésitent de s'ouvrir aux filières d'apprentissage.

49a. Dans *Intouchables*, pardonner les erreurs du personnel est

- A. inouï. B. recommandé. C. indispensable.

50a. *Intouchables* est un film qui

- A. s'oppose aux idées novatrices. B. met en évidence des pratiques susceptibles de choquer la société française. C. encourage le respect des conventions.

ACTIVITÉ 6

Un virus a transformé certaines lettres en espaces vides. Essayez de retrouver les mots altérés. Chaque espace vide correspond à un mot manquant.

Reportez ces mots sur la feuille de réponses.

**Comment se faire des amis ?**

L'important est d'être positif, souriant et accueillant. Ce n'est pas en arrivant tous les matins de mauvaise humeur au bureau que vos collègues auront envie de venir^{1b} vous. Faites le premier pas : des rencontres vous pouvez en faire partout, le plus délicat est de les développer et les entretenir.

Pour cela, ayez confiance^{2b} vous, si vous avez eu un bon contact au départ, la personne aura envie de vous revoir. N'hésitez pas à lancer des invitations. Offrir un apéritif chez vous avec vos nouveaux voisins ou collègues de travail peut être un très bon point de départ.

Essayez de vous demander aussi ce que vous attendez d'une relation amicale. Si vous êtes au clair^{3b} le départ avec vos envies et désirs, elle n'en sera que meilleure. Ce n'est pas en étant trop exigeant, que vous donnerez aux autres l'envie de venir vous voir et se confier^{4b} vous. Soyez souples et ouverts.

C'est ainsi que,^{5b} vous en rendre compte, vous pourrez progressivement élargir votre réseau amical et vous faire de vrais amis.

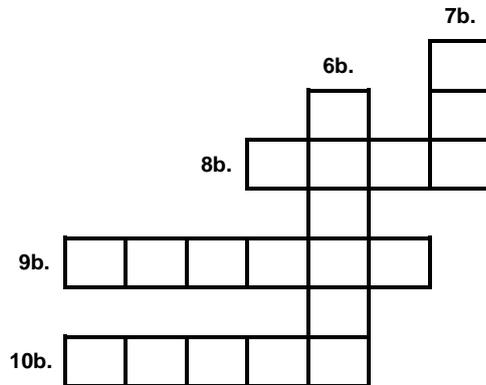
ACTIVITÉ 7

Mots croisés : Aliments

Quel mot pourrait compléter chacune des expressions suivantes ? Remplissez la grille.

Reportez ces mots sur la feuille de réponses.

- 6b. Quand on tend un piège à quelqu'un on lui glisse une peau de sous les pieds.
- 7b. Quand on veut être plus modéré, on met de l'eau dans son
- 8b. Quand on achète quelque chose à un prix extrêmement bas, on l'achète pour un morceau de
- 9b. Le dernier d'une série de mauvais événements est la cerise sur le
- 10b. Quand on veut aggraver une situation on jette de l'..... sur le feu.



ACTIVITÉ 8

Certains mots de ce texte ont été effacés. Essayez de les retrouver. Attention, chaque vide correspond à un seul mot.

Reportez ces mots sur la feuille de réponses.



Grave-moi un timbre-poste

Coller un timbre sur une enveloppe est un geste anodin. Pourtant, derrière ce petit morceau de papier se cache un minutieux travail d'orfèvre. Les motifs des timbres sont



gravés à la _____^{11b} et à taille réelle sur un bloc d'acier.

Les graveurs de timbres-poste utilisent une technique qui _____^{12b} du XVème siècle, la « taille-douce ». Cette technique _____^{13b} à graver en creux et à l'envers un motif sur une petite plaque de _____^{14b}. L'encre vient ensuite se glisser dans les creux puis s'imprime sur le papier, tandis que le relief de la plaque donne le blanc. Elle a servi à réaliser le premier timbre-poste émis en 1840 en Grande-Bretagne. Aujourd'hui, 60% des timbres sont encore gravés en taille-douce car la précision des traits est impossible à reproduire exactement. Ils sont infalsifiables. En 1999, l'artiste Eugène Lacaque est même inscrit dans le livre Guinness des records pour avoir effectué 78 traits sur un millimètre _____^{15b}.

Une poignée de graveurs travaillent pour le compte de la Poste, seule institution autorisée à émettre des timbres en France. Ils ont pour la plupart été formés au _____^{16b} de la gravure à l'école Estienne à Paris, avant de se spécialiser dans la miniature. En amont, certains de ces artistes dessinent les timbres qu'ils réalisent. Ils suivent un _____^{17b} des charges très précis imposé par la direction « courrier » du Groupe La Poste qui a pour _____^{18b} de concevoir, imprimer, vendre et promouvoir les timbres. Ce service _____^{19b} chaque année plus de 1 200 demandes de timbres-poste formulées par des institutions ou des particuliers, mais il n'en sélectionne qu'une soixantaine.

Au total, La Poste imprime 600 millions de beaux timbres par an. Un chiffre qui a de quoi ravir les irréductibles _____^{20b}. Le timbre-poste est encore aujourd'hui le premier loisir de collection en France.

blog.lemonde.fr



ΣΑΣ ΥΠΕΝΘΥΜΙΖΟΥΜΕ ΟΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΕΤΑΦΕΡΕΤΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΕΝΤΥΠΟ 1.

ΤΕΛΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ