

UNIVERSITÉ DE NANTES

ANNÉE : 2010/2011

U.F.R DE LANGUES - CENTRE INTERNATIONAL DE LANGUES
LEA

SESSION : 1 - semestre : 1

DIPLÔME : Master CYCLE : Master...NIVEAU : ...1....

UNITE D'ENSEIGNEMENT CONCERNÉE : UEC 72....

INTITULE DE L'ÉPREUVE : ...TRADUCTION A ESPAGNOL

ÉPREUVE POUR : DA ou DA& ASSIDUS (*raier la mention inutile*)

DOCUMENTS AUTORISÉS : AUCUN

NOM DU PROFESSEUR RESPONSABLE : Solène GAROTIN/Julie HERBRETEAU

OBSERVATION DU PROFESSEUR :

DATE : 19 janvier 2011

HEURE : 7h30

SALLE : CIL 414

DUREE : 2h

Ecstasy

Au début du XXI^e siècle, le responsable de la communication de Mitsubishi pour le Royaume-Uni fit d'étonnantes déclarations. Lors d'une conférence de presse, Michael Globber émettait le vœu que les jeunes Britanniques continuent à « associer Mitsubishi aux voitures »- et à rien d'autre. À quoi donc associent-ils Mitsubishi ? Aux drogues de synthèse, et plus particulièrement à l'ecstasy (ou MDMA, méthylène dioxyméthamphétamine)¹ Mitsubishi a beau fabriquer des automobiles et non des produits pharmaceutiques illégaux, des comprimés d'ecstasy frappés de son logo circulent dans les teufs de toute l'Europe. L'image d'une société est son capital le plus précieux : elle représente la principale valeur ajoutée de ses produits. Les fabricants d'ecstasy l'ont très bien compris. Eux aussi nous vendent une marque, ou plutôt détournent une marque existante en la dotant d'une nouvelle orientation commerciale. Ainsi, la puissance des moteurs Ferrari, Mercedes, Toyota, Lexus, Volkswagen ou Audi, alliée à la simplicité et à la popularité de leurs logos, a fait vendre- et continue de faire vendre- des comprimés de MDMA dans toute l'Europe.

Ce curieux phénomène ne s'est évidemment pas limité aux marques automobiles, mêmes si leurs qualités publicitaires implicites (puissance, vitesse, stabilité, sécurité, élégance, classe) leur ont assuré un succès foudroyant dans les raves, où, soit dit en passant, on n'a jamais relevé la présence de comprimé Seat...Des marques et des logos aussi célèbres que ceux de Mc Donald's, Playboy, MTV, Nike, Motorola, Camel, Lacoste, Rolex, Warner, Michelin, Versace, Loewe, Calvin Klein ou le PP [Parti populaire d'Aznar], pour prendre des exemples faciles à vérifier, évoquent chaque nuit d' « autres univers » dans les lieux où les jeunes font la fête.

Revenons au cas du fabricant japonais. Comble du paradoxe, les Mitsubishi ont atteint une telle notoriété dans certains milieux festifs qu'on a vu apparaître rapidement de fausses pastilles Mitsubishi...À Barcelone, l'Institut municipal de recherches médicales a analysé entre mai 2000 et juin 2001 divers comprimés en circulation portant le logo de la célèbre marque de voitures nipponne. Ils ont relevé des concentrations de MDMA très variables par pastille (de 40 à 100 milligrammes), ainsi que de véritables falsifications qui contenaient d'autres principes actifs (amphétamine, caféine, et même diazépam), aux effets souvent très éloignés de ceux de l'ecstasy...
Jesús García Pérez, *La Vanguardia* (extraits), Barcelone (2003), *Courrier International*, Hors-série, 2006.

¹ (metileno-dioximetamfetamina).