



LEA 2^{ème} année Anglais/Espagnol

Fondamentale de langue

2L33T1BS – LANGUE ANGLAISE

durée de l'épreuve : 4h

Le sujet comporte 5 PAGES.

En cas de problème, le signaler aux surveillants.

Documents / matériels autorisés : NEANT

Correcteur(s) : Mme BELLENGER

CONSIGNES A RESPECTER :

Page 2 de la copie d'examen : ne pas écrire en haut de la page, écrire en dessous du cadre réservé à l'identité de l'étudiant.

Conseils pour bien gérer votre temps : consacrez :

1) lettre commerciale = 45 min

2) thème grammatical = 45 min

3) phonétique = 1h 15

4) compréhension écrite = 1h 15

Aucun brouillon ne sera accepté.

MERCI DE RÉDIGER LA LETTRE COMMERCIALE
EN PAGE 3 DE LA COPIE D'EXAMEN.



I. LETTRE COMMERCIALE :

(sur 20 points)

- Rédigez une lettre commerciale à partir des instructions suivantes :
- Vous êtes Madame Reinette Lapomme-Dapie, organisatrice en chef du « Festival en Othe », qui se tiendra du 12 au 20 juillet 2012 ; vous adressez une offre de parrainage à M. Jimmy Granny-Smith, directeur marketing de la société anonyme Bulmers, producteur et distributeur irlandais de cidre « authentique » et bio.



Vos coordonnées :

Reinette Lapomme-Dapie
Organisatrice en chef
Festival en Othe
195, rue des croisettes
10 130 AUXON
France
Tel: 03.25.42.70.63
Email: reinette.lapomme@festivalenothe.org



Ses coordonnées :

Jimmy Granny-Smith
Directeur marketing
Bulmers S.A.
Clonmel
Co. Tipperary
IRLANDE
Tel : +353 (0)52 6134625
Email: jgranny-smith@bulmers.ie

Rédigez la lettre à la date d'aujourd'hui en la disposant selon les critères habituels (présentation compacte). On vous demande une adaptation et non une traduction précise. Veuillez cependant à retranscrire tous les éléments contenus dans les instructions.

- Présentez-vous et indiquez que vous avez le plaisir d'offrir à Bulmers la chance de devenir un parrain de premier ordre de l'événement culturel que vous organisez, le « Festival en Othe ». N'oubliez pas la date et le lieu où la manifestation aura lieu cette année.
- Précisez que ce festival de trois jours promeut la musique contemporaine depuis 1991 et qu'il attire en moyenne 10 000 visiteurs par an, la plupart des activistes altermondialistes amateurs de cidre biologique.
- Comme le festival prévoit de programmer le groupe de rock irlandais « Snow Patrol », vous avez pensé que la marque de cidre irlandaise aimerait être partenaire de l'événement. Vous savez que Bulmers a déjà parrainé de nombreux festivals à la fois en Irlande et à l'étranger. Par exemple, l'entreprise a été un soutien financier du festival off d'Édimbourg en 2009.
- Vous seriez extrêmement reconnaissante si Bulmers acceptait de vous aider en participant au Festival en Othe. La contribution de Bulmers permettra aussi au distributeur irlandais de s'implanter sur le marché français. Le nom et le logo de la marque pourraient être imprimés sur les prospectus et les affiches. Une publicité en pleine page pourrait également être insérée dans le programme.
- Remerciez M. Granny-Smith d'avance pour son attention, en mentionnant que de plus amples détails du programme de parrainage se trouvent dans le document joint.
- Indiquez comment il pourrait vous contacter au cas où il serait intéressé par votre proposition.
- Terminez par les formules d'usage.



NE RECOPIEZ PAS LES ÉNONCÉS, MENTIONNEZ UNIQUEMENT
LE NUMÉRO DE CHAQUE ÉNONCÉ SUR VOTRE COPIE.



II. THÈME GRAMMATICAL :

(sur 20 points)

1. C'est la deuxième fois que ce chercheur d'emploi obtient un entretien d'embauche avec le PDG. Il va obtenir un poste dans cette PME, c'est sûr !
2. Dès que la succursale aura produit des bénéfices, la maison mère embauchera des intérimaires. Il se pourrait que les cadres demandent une augmentation de salaire.
3. Il est impossible que ce fournisseur ait livré la commande complète tout en satisfaisant aux normes de sécurité : son transporteur ne serait pas fiable — il fait faire les livraisons par un sous-traitant.
4. Cette marque haut de gamme risque de porter plainte contre ce point de vente de faux chinois à bas prix. Il est très probable qu'elle va ne pas négocier.
5. Les associations de défense des consommateurs regrettent que les consommateurs fassent leurs achats en ligne {① structure obligatoire avec « WISH »} ; elles préféreraient que les acheteurs fassent de bonnes affaires dans des magasins à marge réduite {① structure obligatoire avec « WOULD RATHER »}.
6. A peine cette filiale s'était-elle implantée dans la région qu'on a dit aux employés que l'entreprise devait être rachetée par une multinationale. Pourtant, le personnel administratif avait accepté d'être payé au SMIC.
7. Aucun des deux candidats n'avait le sens des affaires. On s'attendait pourtant à ce qu'ils sachent mener des négociations. Ils avaient mis en valeur leur savoir faire dans leur CV !
8. Cela fait des décennies que cette entreprise familiale aurait dû dégraisser : le chiffre d'affaires a encore chuté le mois dernier. Elle n'est plus rentable depuis septembre 2011.
9. Plus le pouvoir d'achat diminuera et les clients voudront en avoir pour leur argent, plus les grands magasins devront les courtiser en proposant des ristournes afin de rendre leurs biens de consommation plus attractifs.
10. Si la comptable prenait un congé de maternité, le conseil d'administration devrait modifier l'organigramme. Ce n'est pas la peine que le stagiaire leur demande s'il peut travailler en équipe !



VOUS DEVEZ REPORTER TOUTES VOS REPONSES SUR VOTRE COPIE D'EXAMEN.
NE RECOPIEZ PAS LES CONSIGNES DES EXERCICES, MENTIONNEZ
 UNIQUEMENT LE NUMÉRO DE CHAQUE PARTIE ET SOUS-PARTIE SUR VOTRE
 COPIE. MERCI DE REpondre EN SUIVANT L'ORDRE DES EXERCICES.

III. PHONETIQUE :

(sur 20 points)

A. Account for the different pronunciations of the English phoneme /l/. Give the rule with examples of your own: (6 points)



B. Identify the following words: (5 points)

1. /'lɒŋɪf/

2. /'pɔ:ʃəg|/

3. /'ɑ:kənsɔ:/

4. /'ævɪdʒɪŋ/

5. /ə'nɔɪənts/

6. /'ɜ:θkweɪk/

7. /,mʌðə 'tʌŋ/

8. /kəm'pəʊzə/

9. /'kaʊntəfɪtəz/

10. /ɪn,θju:zi'æstɪk/



C. Find the odd man out in the following lists and specify the vocalic sound it contains by giving its phonemic transcription. Do not forget to identify the vocalic sound that is common to the other three and give its phonemic transcription as well: (5 points)

eg. power flour flower floor

▪ odd man out = floor /ɔ:/

▪ common vocalic sound = /aʊə/

1. boost	book	spook	Luke
2. sail	said	bury	sells
3. career	dear	bear	mere
4. short	story	low	law
5. won	money	country	counter



D. Give the two reduced forms of the definite article and say when each one is used.

Ⓢ Do not use the following words to illustrate your point, otherwise you will be penalized. You will then give the transcription of the definite article in the following exercise. Do not forget to justify your answer. (4 points)

1. *the* UK

2. *the* IMF

3. *the* headquarters

4. *the* 1848 elections



IV. WRITTEN COMPREHENSION:

(sur 20 points)

Readers Without Borders

What killed the big-box retailer? Hint: It wasn't the Internet.

Of course running a bookstore is a hard, hard business in the age of the Internet. Still, Borders' decision to liquidate, closing 399 stores and laying off 10,700 employees, seemed shocking. As George Mason economist Tyler Cowen observed poignantly: "Not one single investor, in the whole wide world, thought Borders had a real economic future."

The company itself gave three reasons for its demise in its corporate communication-cum-suicide note. "We were all working hard towards a different outcome," President Mike Edwards said. "[B]ut the headwinds we have been facing for quite some time, including the rapidly changing book industry, e-reader revolution and turbulent economy, have brought us to where we are now."

That is not a very satisfying answer. Other companies have adapted to the e-reader revolution, and even benefited from it. Other companies have changed to fit the new bookselling paradigm. And other companies are dealing with the drawn-out aftereffects of the recession. The better reason for its demise is that Borders had long lost its competitive edge on many fronts, from corporate strategy to coffee. It died by a thousand—OK, maybe just four or five—self-inflicted paper cuts.

First, Borders famously flubbed its relationship with the Internet. From 2001 until 2008, it outsourced its online sales to Amazon, essentially handing customers over to the bigger, better site during the formative years of e-commerce. How on earth did that happen? The company's 2000 annual report explains: "Our online investment will be channeled to support our in-store platform, while Borders.com will continue to be utilized as a convenience retail channel," the report reads. "We have targeted loss reduction as a major goal in this area."

Translation: Borders decided to channel its "online investment" not to its website but to its "in-store platform": Title Sleuth, "the innovative self-help computer stations in Borders stores." The next year, to get the "loss reduction" it sought—that is, in an effort to lose less money—Borders tossed the keys to its website to Jeff Bezos. The company finally got them back in May 2008.

Contrast that with Barnes & Noble's digital strategy, as outlined in its 2000 annual report. The company noted that its website might be eating away at its brick-and-mortar business. Still, it doubled down. "Our position has always been that if we pay a visit to our customers at home through Barnes & Noble.com, they will return the favor at our stores," the report says.

Second, Borders neglected e-books, fast becoming as popular as their paper cousins. The Amazon Kindle came out in November 2007. Barnes & Noble debuted its Nook, now sold in Walmart and Best Buy as well, in November 2009. Apple's iPad came out in April 2010. Borders' Kobo (ever heard of it?) came out last, just a year ago.

Though the Nook is less popular than the Kindle, it is competitive in the e-reader market, and moreover drives healthy e-book sales. Indeed, Barnes & Noble's share of

the e-books market is bigger than its share of the paper books market in the United States. And the company loves touting its success.

Third, Borders did not diversify well. In the 2000s, it generated hundreds of millions of dollars in sales of CDs and DVDs, and it expanded those sections in its stores. By 2006, sales of music and video generated about one in five dollars for the company. But the same forces killing the bookstore also killed the record store and the video store. That revenue dropped off a cliff when iTunes, Netflix, and file-sharing networks became popular in the mid- to late aughts. Borders also failed to generate robust additional revenues through coffee shops or alcohol sales, the savior of many a bookstore. Barnes & Noble picked up the big, exclusive Starbucks contract. Borders got its cheaper subsidiary, Seattle's Best.

Fourth, Borders mishandled its big-box strategy. It opened far too many stores, including several overseas, despite lackluster sales. The stores tended to be too big and too expensive, in terms of overhead. The company cited its expansion strategy as problematic in its February 2011 bankruptcy filing. It noted that it had signed too many 15- to 20-year leases, making it harder to shed unprofitable locations. And there were many. The company "still [has] a sizeable core of profitable stores," it said. "However, in analyzing their cost structure, the Debtors have found that they also have a number of stores which are simply unprofitable and are substantially impacting the Debtor's overall performance and ability to pay their debts."

The justification for all those big stores proved faulty too: The Internet is far more adept at offering a huge selection of books. "The very large assortment size was an advantage early on before Amazon," says one former director of merchandise planning. "However, by its very nature the 'internet' was better at quickly and efficiently connecting customers with obscure titles and bringing the 'long tail' to market. Thus, competing on assortment size was especially vulnerable to internet retailing and Borders suffered disproportionately as the 'long tail' customers abandoned them."

In the end, you could blame the Internet for Borders' downfall. Retail has become a challenging, if not outright terrible, business, regardless of what you are selling. But, again, other companies adapted. Borders just didn't. Barnes & Noble may well not be around in five years. But at least it has built a business that recognizes the trends in bookselling—toward the Internet, toward e-readers, toward a more boutique retail experience, away from big-box stores. It is remarkably similar to the strategy Borders laid out in its bankruptcy filing. The company's management said it wants to "aggressively [grow] borders.com and eBook market share" and "[expand] the company's overall retail mix ... to improve profitability and offset the digital effect." Alas, that strategy came too late.

Annie Lowrey, <http://www.slate.com>, July 20, 2011

QUESTIONS:

1. Present this document and say what it deals with. Do not forget to comment on the title. (4 points)
2. Why is the Internet a fierce competitor for bookstores and brick-and-mortar businesses at large? (6 points)
3. Do you think diversifying out of books might be an apt solution for bookstores to survive? Justify your answer giving concrete examples if need be. (4 points)
4. Would you be ready to succumb to the e-reader revolution? State the reasons why you would or would not. (6 points)