

C1284

**Ecole Normale Supérieure de Cachan**

61 avenue du président Wilson

94230 CACHAN

---

Concours d'admission en 1<sup>ère</sup> année  
**DROIT, ÉCONOMIE ET GESTION**  
Session 2012

---

## **Épreuve de Langue Vivante Etrangère**

---

Durée : **2 heures**

---

*L'usage de toute calculatrice est interdit*

*Un dictionnaire bilingue est autorisé*

---

Chaque candidat doit **obligatoirement traiter le sujet qui correspond à la langue vivante étrangère choisie irréversiblement** au moment de son inscription et l'indiquer sur sa copie

# ALLEMAND

## ***I. VERSION***

Gegen Bezahlung haben schon viele Studenten ihre Autos in rollende Litfaßsäulen verwandelt, T-Shirts mit Firmenlogos tragen die meisten freiwillig. Sogar gesponserte Tattoos mit Markennamen hat es bereits gegeben. Zwei Absolventen des Selwyn College aus Cambridge wollen jetzt eine der letzten Marktlücken schließen : Sie vermieten ihr Gesicht als Werbefläche. Ross Harper, 21, und Ed Moyse, 22, heißen die geschminkten Uni-Abgänger, der eine hat im Sommer in Neuro-, der andere in Wirtschaftswissenschaft abgeschlossen. Seit Anfang Oktober bieten sich die Briten auf der Website Buymyface.com als lebende Anzeigetafeln an. [...]

Ein Jahr lang wollen Ross und Ed ihr Antlitz vermieten. Ihr Ziel ist es, mit den Einnahmen aus der Aktion ihre Studienschulden zu begleichen, die sich bei beiden zusammen auf 50.000 Pfund, also rund 57.500 Euro, belaufen. Ross ist begeistert vom Erfolg ihrer Aktion: "In den ersten 20 Tagen haben wir 4.500 Pfund verdient." Für ihn und Ed ist das Gesichtbemalen derzeit der einzige Job, sagt der Absolvent. "Die Situation auf dem Arbeitsmarkt ist schwierig, kaum jemand von unseren Freunden hat direkt nach dem Abschluss eine Stelle bekommen." ....

Jeden Morgen malen sie sich gegenseitig die tagesaktuelle Werbung auf, im Lauf des Tages machen sie Beweisfotos und stellen sie ins Netz. Ein Kalender auf ihrer Website zeigt, welche Firma wann ihr Geldgeber ist. Ob Ross und Ed das gleiche Motiv tragen oder zwei verschiedene, dürfen die Unternehmen entscheiden. Abgesehen von Anstößigem und Beleidigendem würden sich die Freunde alles auf Stirn, Mund und Nase malen, sagen sie.

**Nach einem Artikel aus dem Spiegel, 26. Oktober 2011 (*Absolventen vermieten ihre Gesichter, Von Markus Böhm*)**

## ***II. QUESTION***

*Répondre en 100 mots environ à la question suivante :*

Viele Studenten müssen heute ein Darlehen aufnehmen und sich verschulden, um ihr Studium finanzieren zu können. Was halten Sie von diesem Trend ?

# ANGLAIS

## ***I. VERSION***

*Traduire en français le texte ci-dessous.*

### **More patients sue plastic surgeons over faulty cosmetic operations**

Growing numbers of patients are suing plastic surgeons over mistakes during operations designed to improve their appearance, according to the Medical Defence Union, which represents over half of Britain's doctors and surgeons when they are accused of malpractice or negligence.

Its data shows that breast surgery, facelifts, eyelid operations, nose reductions and weight-loss procedures account for 80% of the rising number of legal actions, with blunders leading to damages payouts of more than £500,000. Cosmetic surgery compensation claims are upheld in 45% of cases, compared with 30% of cases for medical compensation claims in general.

The MDU said the increase was due to "a huge rise in both the number of procedures and patient expectations of a perfect outcome" as well as surgeons failing to get proper patient consent and doing substandard work.

On Friday, the government said women who are concerned about breast implants made by the scandal-hit French company PIP should be able to have them removed for free, either by the NHS – in the case of reconstruction after breast cancer – or by their cosmetic surgery clinic.

Dr Clare Gerada, chair of the Royal College of General Practitioners, said the unfolding scandal over PIP breast implants showed that regulation was needed to ensure that clinics had to offer redress to patients they had injured.

Adapted from *The Guardian*, Sunday 8 January 2012

## ***II. QUESTION***

*Répondre en anglais à la question suivante, en 100 mots environ.*

What does this example show about risk and responsibility in modern society?

# ESPAGNOL

## I. VERSION

*Traduire depuis "En España hay 17.1 millones..." jusqu'à "...en buena parte de la sociedad española."*

**El fenómeno del 'low cost' se impone en un país en el que 17 millones de personas son mileuristas.**

En España hay 17,1 millones de personas que ganan unos 1.000 euros brutos al mes. Hablamos del 63% de la población. Con este dinero en el bolsillo llegar a fin de mes es una tarea digna de Hércules. Y más que hacer la compra, muchas familias la escrutan. Por lo tanto, para miles de españoles adquirir un producto hoy en día es un acto de renuncia.

En este duro paisaje, el fenómeno del bajo coste [*low cost* en inglés] crece, se reproduce y no tiene aspecto de que vaya a morir pronto. Todo lo contrario. Cada vez ocupa más espacio social y económico. Restaurantes, viajes, coches, seguros, electrónica, inmuebles, ocio, ropa, alimentación. Nada parece escapar a la atracción que genera el bajo coste. Da igual que realmente lo sea o no, lo importante es que los acordes suenen parecidos. Pero la duda es si sobrevivirá el bajo coste cuando —algún día sucederá— termine la crisis. ¿Cómo habrá cambiado para entonces el consumidor? ¿Será más racional y menos impulsivo? Por lo tanto, ¿podemos suponer que la búsqueda del precio más bajo se ha convertido en una nueva forma de vida?

De lo que tampoco hay dudas es de que el consumidor que surja del periodo pos bajo coste será distinto del actual. Primero, por las nuevas lecciones que aprender. “El comprador está descubriendo con el bajo coste que puede adquirir a partir de precios más baratos productos similares”, apunta Javier Vello, responsable de Distribución y Consumo.

Juan Carlos Esteban, un joven delineante casado y con dos hijos, es una muestra de cómo la forma de vida de bajo coste ha ido calando en buena parte de la sociedad española. Su “estrategia de bajo coste”, iniciada en 2007, “cuando los gastos empezaron a comerse la nómina”, abarca las telecomunicaciones —“he cambiado en poco tiempo tres veces de compañía de teléfono móvil y en vez de 50 euros al mes gasto 18”—, los seguros —“contraté para el monovolumen una póliza a todo riesgo con franquicia que me ha supuesto un ahorro de 350 euros comparado con la anterior”— y la alimentación —“compro sobre todo marcas blancas”—. En total, asevera, sumando todos los ahorros, gasta un 25% menos al mes que antes.

En el fondo este fenómeno transmite un sentimiento de urgencia y de necesidad, pero también, por paradójico que suene, de no querer rebajar el nivel de vida alcanzado y seguir accediendo a un producto de disfrute o de simple lujo. “La mayor concienciación de las familias ante los problemas económicos actuales, junto a la necesidad de apretarse el cinturón, pero manteniendo el statu quo, está agudizando el ingenio a la hora de encontrar argucias para acceder a ciertos caprichos que, de otra forma, serían totalmente inasequibles”, indica David Sánchez, director en una consultora de mercado.

[D'après el pais.com, 05/01/2012]

## II. QUESTION

*Répondre en espagnol à la question suivante en 100 mots minimum.*

Comente la imagen que comunica la expresión "bajo coste" en la sociedad actual.

¿ Le parece la solución conveniente para los bajos salarios?

# ITALIEN

## ***I. VERSION***

Perdiamo colpi prima del previsto. Il nostro cervello comincia il suo processo di lento declino a partire dai 45 anni e non dai 60 come finora era stato sostenuto da molti studi scientifici. Il clamoroso anticipo di 15 anni sulla perdita delle capacità di memorizzare oggetti e parole o sulle attitudini al ragionamento è stata descritta da una ricerca clinica pubblicata sull'autorevole *British Medical Journal* che non lascia dubbi sull'interpretazione: le attività di ragionamento e memoria calano del 3,6% negli uomini e nelle donne tra i 45 e i 49 anni. La situazione peggiora con il passare degli anni e il calo arriva al 9,6% negli uomini tra i 65 e i 70 anni ma si ferma al 7,4% nelle donne della stessa età.

I ricercatori dell'University College di Londra hanno effettuato test su oltre 7 mila persone (5.198 uomini e 2.192 donne) per 10 anni, interrogando i volontari con prove di memoria, padroneggiamento del vocabolario e di ragionamento. Il risultato è che la soglia d'età in cui si comincia a 'perdere colpi' è ben più vicina rispetto a quanto si sapeva.

Alla luce dei risultati della ricerca, secondo gli esperti inglesi, per ora si può agire solo sulla prevenzione e per far questo saranno necessari ulteriori studi necessari a "identificare i fattori di rischio (...) e le funzioni cognitive che declinano precocemente, per fermare questo processo".

*La Repubblica*, 6 gennaio 2012

## **II. QUESTION (100 mots) :**

Quali sono le condizioni di lavoro nelle quali ti senti intellettualmente più "potente" ed efficace?