

Parte 1 – Uso della Lingua A

- 1.1. La semaine prochaine, nous allons..... nos cousins. Vous, vous?
a) à visiter/accompagnez b) voir/nous accompagnez c) voir/accompagnez
- 1.2. C'est décidé : il faut que nous de voiture avant l'été!
a) changeons b) changions c) changer
- 1.3. . Comment allez-vous? (Vous répondez en choisissant l'adjectif qui convient.)
a) Mon bilan de santé est plus pire que le précédent.
b) Je me sens moins pire que l'année dernière
c) Mes analyses de sang sont pires que celles du mois dernier.
- 1.4. Elle ne pourra pas maigrir..... elle ne suit pas son régime elle le devrait.
a) puisque/car b) car/comment c) car/comme
- 1.5. La nourriture en trois jours.
a) a été consommée b) a consommé c) a été consommé
- 1.6. Pascal entièrement à son travail à R.T.L.
a) s'est consacré b) sait consacré c) c'est consacré
- 1.7. 1.14. Cocher la bonne réponse :
a) Cette garçon b) Cet individu c) Ce homme
- 1.8. Tu sembles surprise : est-ce parce que tu?
a) attendais pas b) n'attendais c) ne t'y attendais pas
- 1.9. Cette moto est plus que je
a) rapide/l'ai pensé b) cher/ne le pensais c) rapide/ne le pensais
- 1.10. Quelle heure est-il? (11h15)
a) Il est onze heures et quart.
b) Sont onze heures un quart.
c) Il est onze heures plus un quart.
- 1.11. Éric voulait savoir si sa candidature acceptée.
a) a été b) avait été c) fût
- 1.12. Suisse, il y a beaucoup de montagnes.
a) En b) La c) Au
- 1.13. Cocher la bonne réponse :
a) J'ai décidé de le aller visiter
b) b) Nous le lui dirons demain
c) c) Il pense d'être le plus fort.
- 1.14. Je dois absolument davantage si je veux être sélectionné...
a) m'entraîner b) m'être entraîné c) entraîné



1.15. Choisissez la forme qui convient :

- a) Quelle est l'âge du capitaine!
- b) Quel joie!
- c) Quel est le nom du responsable?

1.16. Il s'est montré très conciliant sur ses positions.

- a) mais a décidé
- b) toutefois
- c) tout en restant

1.17. C'est elle était en retard!

- a) que
- b) qui
- c) qu'elle

1.18. Alain? Il ne mange jamais de plats.....

- a) surgelé
- b) surgelées
- c) surgelés

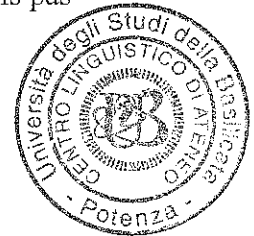
1.19. Tiens : Odette!

- a) il est
- b) voilà
- c) elle est

1.20. Si la possibilité, je quitterais l'Italie.

- a) j'en avais
- b) je n'avais
- c) je n'avais pas

Parte 2 – Uso della Lingua B



2.1. Il (*se lever*/futur proche) dans deux heures.

2.2. (*être*/impératif négatif 2e personne du pluriel) égoïstes : donnez aux pauvres!

2.3. Quand le docteur vous (*examiner*/futur antérieur), vous..... (*pouvoir*/futur simple) partir.

2.4. Elle (*vivre*/passé composé) au siècle dernier.

2.5. Il est indispensable que nous (*être*/subjonctif présent) avisés.

2.6. Valérie (*prévoir*/plus-que-parfait) de rentrer dimanche.

2.7. Je (*changer*/imparfait) tous les ans de lycée.

2.8. Ce personnage (*exister*/passé composé) réellement.

2.9. (*téléphoner*/impératif 2e personne du pluriel) impérativement avant de venir!

2.10. Elles (*se laver*/passé composé).



Parte 3 – Comprensione di un testo scritto

La Coupe du monde féminine de football, nouvel eldorado économique

S'il est prématuré de juger de l'engouement que va susciter la huitième édition de la Coupe du monde féminine de football, qui se jouera du 7 juin au 7 juillet en France, ses organisateurs sont déjà rassurés par une chose : les stades seront pleins, la billetterie fonctionnant d'ores et déjà au-delà de leurs attentes. Deux jours avant le match d'ouverture entre la France et la Corée du Sud, le taux de remplissage dépasse les 70 %, avec près de 940 000 billets vendus sur le 1,3 million proposé. En 2011, le Mondial en Allemagne avait attiré 845 711 spectateurs, tandis que, il y a quatre ans, au Canada, 1 353 506 visiteurs s'étaient rendus dans les stades, record à battre.

De quoi ravir le responsable du comité local d'organisation : *« Il y a encore un mois, on vendait entre 2 000 et 4 000 billets par semaine. Depuis quinze jours, ce rythme est devenu quotidien, avec même 6 300 billets vendus avant-hier [lundi], et 6 700 hier [mardi], confie Erwan Le Prévost. On reste prudent, mais si on applique cette logique mathématique, on franchira le cap du million. Chaque jour amène de nouveaux spectateurs, des familles. C'est un bonheur que cette Coupe ait un vrai public familial et populaire. »*

Neuf rencontres sur les 52 du tournoi se joueront à guichets fermés, dont le match d'ouverture, le quart de finale à Paris, qui pourrait opposer les Bleues aux Américaines, les demi-finales et la finale à Lyon. Pour le deuxième match des Bleues, programmé le 12 juin à Nice, il restait, mercredi 5 juin, 7 000 billets sur 35 161. *« Il s'agit du troisième plus grand stade du tournoi, et même avec, pour le moment, quasiment 30 000 spectateurs, on est déjà ravis », confie Erwan Le Prévost.*

Explosion du montant des droits TV

Pour la première fois de leur courte histoire en Coupe du monde, les Bleues pourront non seulement profiter de l'avantage d'évoluer à domicile, mais surtout devant des gradins remplis. *« Pour nous, c'est génial. Le partage avec le public, j'en parlais avec Blaise Matuidi [champion du monde 2018], je lui disais que ce que je leur envie le plus, c'est de rentrer tout le temps dans des stades pleins », s'est réjouie la meneuse de jeu des Tricolores, Gaëtane Thiney.*

Ce nouveau pouvoir d'attractivité du football au féminin se confirme, au-delà des tribunes, au niveau médiatique et économique. En 1991, lors de la première Coupe du monde, organisée en Chine, seuls les téléspectateurs locaux avaient pu suivre la compétition. Cette année, la FIFA espère franchir la barre du milliard de téléspectateurs en direct.

En France, les montants des droits TV ont explosé, profitant aussi de la tenue de la compétition à domicile. En 2015, W9 avait payé 850 000 euros pour les droits de diffusion. Pour l'édition 2019, TF1 a investi 10 millions d'euros. *« Evidemment, si l'on prend comme référentiel le Mondial des hommes l'an passé [130 millions payés par TF1 et BeIN Sports], ça peut paraître mineur. Mais pour le Mondial féminin, c'est clairement le signe d'une montée en puissance », explique Nicolas Scelles, économiste du sport à la Manchester Metropolitan University.*

En février, la secrétaire générale de la FIFA, Fatma Samoura, s'était montrée offensive pour défendre le potentiel de la pratique féminine. *« Sur la manne financière que représentent les droits télévisés dans le football mondial, seulement 1 % revient au football féminin. C'est inacceptable, avait asséné la Sénégalaise. Je n'ai qu'un regret, c'est que les dirigeants hommes ne se rendent pas compte de cette manne qui est devant eux et qui ne demande qu'à être exploitée. »*

« Un cercle vertueux peut se mettre en place »

Longtemps sceptique quant au développement de la pratique féminine, la FIFA commence à en saisir l'importance stratégique. Premier effet concret, les primes prévues pour les sélections participant au Mondial ont doublé, avec une enveloppe globale de 26,6 millions d'euros, dont 3,5 millions d'euros pour les futures championnes. Encore loin, cependant, des 32 millions d'euros (sur 354 millions d'euros) reçus l'an passé par les Bleus de Didier Deschamps pour leur titre de champions du monde.

A l'image de la France, où les licenciées sont désormais 180 000, le réservoir de futures footballeuses est énorme, notamment en Amérique du Sud ou en Afrique. « *Un cercle vertueux peut se mettre en place : plus de pratiquantes, meilleure qualité du spectacle, plus de monde dans les stades et devant la télé... La croissance peut être durable pendant des années. Le potentiel est énorme, d'autant que la progression a été freinée pendant cinquante ans, à cause des interdictions [de pratiquer le football pour les femmes] entre 1920 et 1970* », prédit Nicolas Scelles. Les annonceurs ne s'y trompent pas. « *Les marques se positionnent sur un produit à fort potentiel et avec un ticket d'entrée relativement faible* », explique Loïc Ravenel, économiste au Centre international d'études du sport à Neuchâtel (Suisse). *Elles utilisent l'idée d'un football des origines, où les joueuses ne gagnent pas les millions des footballeurs, pour valoriser ce produit.* »

A quelques jours du Mondial, le clip publicitaire d'un célèbre équipementier a été remarqué. Y défilent quelques-unes des meilleures joueuses du monde, sur le terrain, fêtant une victoire, ou entraînant les garçons du FC Barcelone. Et puis, subrepticement, une autre vedette fait son apparition, le Brésilien Neymar Jr, dans son canapé, marquant des buts virtuels dans la version féminine d'un jeu vidéo de foot. Comme une étrange vision d'avenir ?

ANTHONY HERNANDEZ, *Le Monde* VENDREDI 7 JUIN 2019

Questions de compréhension textuelle. Vous répondrez aux questions qui vous sont posées en cochant la bonne réponse. Une seule bonne réponse est admise.

Question 1 – Depuis la première édition, dans quel domaine l'évolution de la Coupe du monde féminine a-t-elle été la plus remarquable?

- A – Dans la rémunération des joueuses
- B – Au niveau de la technique individuelle
- C – Dans la visibilité médiatique

Question 2 – Comment les joueurs de football ont-ils contribué à la montée de la popularité des équipes féminines?

- A – En participant à des spots publicitaires à leurs côtés.
- B – En conseillant les entraîneuses.
- C – En jouant contre elles.

Question 3 – L'écart entre les primes attribuées aux joueurs et aux joueuses

- A – a augmenté.
- B – a diminué.
- C – est resté stable.

Question 4 - Dans ce texte, il est question

- A - de la Coupe du monde de football.
- B – de la Coupe du monde féminine de football.
- C – de la Coupe d'Europe de football.

Question 5 – La remise du Trophée aura lieu

- A – à Paris.
- B – à Nice.
- C – à Lyon.

Question 6 – Quand on utilise l'expression "ticket d'entrée", on fait référence

- A – à un investissement



- B** – au billet d’entrée au match
- C** – à un passe-droit

Question 7 – Quelles parties du monde sont appelées à devenir les viviers de grandes joueuses?

- A** – L’Amérique du Nord et le Canada.
- B** – L’Afrique et l’Amérique du Sud.
- C** – L’Inde et le Japon.

Question 8 – Quelles attentes ont les joueuses françaises en matière de reconnaissance?

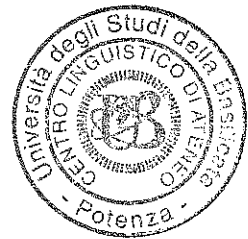
- A** – Disputer des rencontres dans des stades historiques..
- B** – Avoir les mêmes salaires que leurs homologues masculins.
- C** – Jouer devant des stades remplis.

Question 9 – Quelle typologie a le public de la Coupe du monde féminine de football?

- A** – Public essentiellement féminin.
- B**- Public familial.
- C** – Public essentiellement masculin.

Question 10 – Quel facteur a été à l’origine de la sous-représentation du football féminin dans le monde?

- A** – La proscription des femmes.
- B** – La législation du travail.
- C** – La constitution physique.



Parte 4 –Comprensione di un brano orale

Vous écouterez attentivement l’enregistrement du document audio qui vous est proposé. Puis, vous répondrez en cochant la bonne réponse.

4.1. Le premier Eatly de France a d’ores et déjà battu un record

- A** – dans le domaine gastronomique.
- B**- dans le domaine oenologique.
- C** – dans le domaine de la pâtisserie

4.2. Comment est agencé Eatly Paris?

- A** – Sur un étage.
- B**- Sur deux étages.
- C** – Sur trois étages.

4.3. Combien d’enseignes Eatly y a-t-il dans le monde?

- A** – Moins de 50.
- B**- Plus de 50.
- C**- Plus de 100.

4.4. Comment est fabriqué le pain à Eatly Paris?

- A**- Dans l’établissement.

- B- Dans un terminal de cuisson.
- C- Dans une boulangerie du quartier.

4.5. Quelle activité annexe trouve-t-on sur le site Eatly de Paris?

- A- Des cours de dessin.
- B- Des cours d'oenologie.
- C- Des cours de cuisine.

4.6. Vrai ou faux? Cochez la bonne réponse.

Eataly Paris est un fast-food.

- A- Vrai.
- B- Faux.
- C- Ne sait pas répondre.

4.7. Vrai ou faux? Cochez la bonne réponse.

Le premier Eataly de France vend également de la viande.

- A- Vrai.
- B- Faux.
- C- Ne sait pas répondre.

4.8. Quelles spécialités culinaires sont proposées?

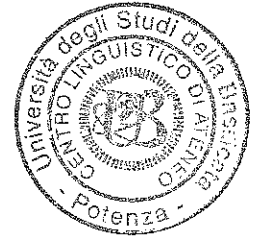
- A- Cuisine du monde.
- B- Cuisine du terroir.
- C- Cuisine italienne.

4.9. Combien y a-t-il de lieux de restauration sur place?

- A- Un.
- B- Deux.
- C- Trois.

4.10. Qui sont les partenaires français d'Oscar Farinetti?

- A- Casino et Auchan.
- B- LVMH.
- C- Le BHV et les Galeries Lafayette.



Testo della comprensione orale

Paris : le premier Eataly de France s'installe dans le Marais

Fort de 39 magasins implantés dans treize pays, de New York à Tokyo, « Eataly n'est pas une chaîne, même si je respecte McDonald's », a souligné Oscar Farinetti, président-fondateur en 2007 de l'enseigne de restauration transalpine, infatigable défenseur de « la bonne nourriture, saine (sans produits chimiques) et assurant une juste rémunération au producteur ».

C'est le groupe Galeries Lafayette qui a ouvert les portes de Paris à Oscar Farinetti, « entrepreneur visionnaire », selon Nicolas Houzé, directeur général des Galeries Lafayette et du BHV.

Le groupe de grands magasins a mené deux ans de travaux pour un montant sur lequel la direction préfère rester discrète. Quant au chiffre d'affaires escompté, M. Houzé répond : « Quelques dizaines de millions d'euros ». Directeur général des opérations d'Eataly Paris, Thierry Bart ajoute : « On attend plus d'un million de clients par an ».

Organisés sur trois niveaux autour d'une piazza centrale où sont dressées une quinzaine de tables hautes en marbre, les 2 500 m² de surface commerciale des lieux – ouverts sept jours sur sept de 8 h 30 à minuit – ont été aménagés comme une ode à la gastronomie italienne.

Eclairé par la verrière de l'artiste écossais Martin Boyce, l'espace, qui dispose de 400 places assises et une centaine en terrasse, offre une profusion de comptoirs spécialisés : charcuterie, pâtes fraîches, fromages, boucherie confiée au Français Yves-Marie Le Bourdonnec... Et même une boulangerie, rebaptisée « panetteria » qui, outre la focaccia, propose 14 sortes de pains, tous fabriqués sur place avec des farines bio. Sans oublier le petit supermarché où les produits-phares de la cuisine transalpine, de la sauce tomate à l'huile d'olive, sont en vedette. Et l'école de cuisine.

A l'étage, en service continu, la pizzeria voisine avec le restaurant de pâtes. Au sous-sol, un restaurant plus classique, L'Osteria del vino “ met la cuisine italienne à l'honneur midi et soir “, annonce Maxime Barreau, responsable du restau qui s'enorgueillit de posséder « la plus grande cave italienne de Paris avec 1 200 vins ».

