

Allemand

1. Tableau présentant le groupe *Otto*.

Secteur d'activité	Distributeur / Vente à distance (ou VPC))
Siège du groupe	Hambourg
Nombre de filiales dans le monde	123
Effectif total du personnel	52 700 personnes
Chiffre d'affaires du groupe en 2008	10,1 milliards euros
Chiffre d'affaires du groupe en 2007	10,05 milliards euros
Part du CA réalisée hors Allemagne en 2008 (en %)	Environ 55% (5,4 milliards sur 10,1 milliards €)
Segment en forte expansion	La vente en ligne

2.

- Opération conduite par le groupe *Otto* en novembre 2009 :
 - le rachat des droits sur la marque *Quelle* (distributeur en faillite)
 - le rachat de la filiale russe de *Quelle*.
- Son principal motif : empêcher qu'un concurrent comme *Amazon* ne rachète les droits sur la marque *Quelle*.
- Ses modalités : le rachat effectué par *Otto* englobe
 - la marque, les logos, les adresses internet de l'entreprise *Quelle*
 - les marques propres de *Quelle* comme *Privileg* sur les marchés allemand, russe et d'Europe de l'Est
- Les bénéfices attendus :
 - la consolidation de la position dominante de *Otto* sur le marché russe en pleine expansion par la récupération de la clientèle de *Quelle*, jeune et aux revenus supérieurs à la moyenne
 - des économies d'échelle puisque les gammes de produits *Otto* et *Quelle* sont largement identiques
- Les éventuelles répercussions négatives : le sort des 280 collaborateurs de *Quelle Russie* avec risque de destruction d'emplois, mais l'expansion de la VPC en Russie fait plutôt attendre une création d'emplois à moyen terme.

3.

Internationale Spedition Willi Betz
Max-Planck-Str.68
72766 Reutlingen

Otto Office
Bestellservice
20088 Hamburg

1.6.2010

Unsere Bestellung vom 25. Mai 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

am 25. Mai 2010 haben wir bei Ihnen 20 Tintenpatronen und 15 Tonerpatronen für einen Gesamtbetrag von über 1500€ bestellt. Auf Ihrer Internetseite haben wir aber soeben entdeckt, dass Sie anlässlich des 15jährigen Jubiläums Ihrer Firma ab heute und für den ganzen Monat 7% Rabatt auf alle Bestellungen gewähren. Als langjähriger Kunde Ihrer Firma möchten wir Sie darum bitten, diesen Rabatt im Nachhinein auf unsere Bestellung anzurechnen.

Wir danken Ihnen im Voraus dafür.

Mit freundlichen Grüßen

Espagnol

I-Compréhension:

Apoyándose en el texto,

1-Indique qué papel desempeñan hoy día los argentinos en el sector publicitario

En su artículo, el periodista recalca la influencia creciente de los creativos argentinos en el sector de la publicidad.

En efecto, los argentinos están presentes en cada etapa del proceso de creación y realización de publicidades: desde la “proliferación de protagonistas con acento porteño” (l.5) en los anuncios televisivos, pasando por el “enfoque” (l.4) de éstos, hasta “la dirección creativa” de grandes agencias publicitarias (l.2-3).

Así, el festival publicitario de Cannes hizo manifiesto este papel relevante de los argentinos en la publicidad concediendo estos dos últimos años el gran premio al creativo argentino Juan Cabral (l.24).

2-Aclare las razones que explican este fenómeno y precisen qué aportan los argentinos a la publicidad

Que “la creatividad argentina goce de un gran prestigio más allá de sus fronteras de habla hispana” (l.21), se explica por la capacidad de los argentinos para adaptarse a una situación de crisis económica, así como por cierta destreza natural a la hora de realizar anuncios.

En efecto, tras vivir graves crisis económicas en su país, los argentinos saben arreglárselas y unos presupuestos mínimos no les impiden realizar “auténticos milagros publicitarios” (l.14), puesto que según ellos, “el hambre agudiza el ingenio” (l.11).

Están como acostumbrados a contextos difíciles que actúan como acicates creativos.

Además, el articulista explica que este gran prestigio de los creativos argentinos se debe también al cierto talento natural que tienen, dando “frescura, imaginación y brillantez” (l.10) a sus anuncios.

Si a los creativos españoles les parece todo un reto adaptarse a la crisis, los argentinos hacen de esta situación una baza, y despliegan un “brillante uso del humor”, un “toque emocional” y una “gran capacidad de conexión con el público de la calle” (l.36).

II-Version:

L'endémique situation économique de ce pays a sans doute été l'un des facteurs les plus influents dans cette invasion silencieuse de talent argentin. / Sans doute, l'un des facteurs qui a joué le plus dans cette invasion silencieuse de talent argentin est dû à l'endémique situation économique de ce pays.

Comme me le disait avec raison un ami créateur il y a peu : « Toi, tu ne sais pas/tu ne peux pas imaginer ce qu'est vivre en permanence dans un état de crise ». Mais l'argument économique n'est pas le seul. Les grandes agences de notre pays ont toujours regardé avec une certaine envie/jalousie la fraîcheur, l'imagination et le brio des publicités venues du marché albiceleste. On dit que la faim aiguise l'esprit et il est vrai que je n'ai jamais trouvé de proverbe mieux adapté à la culture d'un pays.

III-Expression personnelle:

1-¿En qué medida cree usted que un contexto de crisis pueda favorecer la creatividad?

« No hay mal que por bien no venga », dice el refrán, y por algo será.

Las crisis, cambiando profundamente la situación, hacen nulas las soluciones que se implementaron en el pasado e imponen la necesidad de recurrir a la imaginación para superar aquel contexto hostil. Así, me parece que una situación de crisis es el alimento esencial de la creatividad.

Ante un contexto de crisis económica global, las únicas empresas que triunfan son las que apuestan por la creatividad de los productos, de los servicios o de las estrategias.

Empresas españolas como Altran, al decidir implantar una política de flexibilidad de coste cero (la flexibilidad de horarios, apagar las luces etc), apostaron por la creatividad estratégica y lograron mejorar su competitividad manteniendo el mejor clima laboral posible.

Sin embargo, es verdad que ser creativo implica asumir un riesgo, y no todos somos iguales frente a esto.

Este riesgo lo tomaron los obreros de una empresa textil de San Justo, quienes, ante la posibilidad de cierre de su empresa, quisieron cooperativizar la fábrica y hacerse cargo ellos mismos de su fuente de trabajo. Tomaron un camino que nunca hubieran tomado sin esta crisis económica.

En un ámbito más individual, la bloguera cubana Yoani Sánchez demuestra cómo, en un contexto de censura, y por lo tanto de crisis de la libertad de expresión, germinan las grandes soluciones, pues ella se las arregla para poder publicar en la red su blog prohibido por el gobierno castrista. Su obra peridiodística fue galardona varias veces.

2-¿Qué papel se le ortoga a la publicidad en la sociedad actual? Dé su opinión al respecto.

Al pasarnos la mayor parte del tiempo en contacto con medios de comunicación masivos, recibimos un continuo bombardeo publicitario. Esto suena como una advertencia debida a la mala fama de la publicidad, pero ¿sólo tiene un papel subversivo y nefasto la publicidad?

Ya se sabe que la publicidad corrompe el sistema de valores del hombre al promover una concepción materialista de la vida. Esta capacidad de manipulación gracias al uso de imágenes subliminales por ejemplo, y que afecta en particular a los más débiles, ya se demostró.

Sin embargo, la publicidad juega un papel económico fundamental. Las empresas de los países desarrollados no dejan de incrementar sus gastos publicitarios. La publicidad supone en efecto un proceso de comunicación de carácter masivo, a partir del cual se pretende informar el mercado sobre los productos y servicios de la empresa, con la finalidad de instruir a los consumidores potenciales.

Finalmente, no podemos hacer caso omiso de la meta artística de determinados anuncios. Buscar los procedimientos más adecuados para promover y divulgar una serie de ideas dentro de una cultura es todo un arte. En efecto, determinados anuncios (para perfumes por ejemplo) se asemejan a cortometrajes, suponen una verdadera búsqueda estética. Otros hacen manifiestos los procesos creativos que han conducido al eslogan, al sonido, a las imágenes para que se identifique con una determinada marca la sociedad en la que se va a difundir el anuncio. El anuncio Nike realizado para España es un buen ejemplo de ello: pone en escena a deportistas españoles como Nadal o Gasol, mientras la banda sonora del anuncio la constituyen palmas de flamenco.

Italien

I. COMPRÉHENSION

Résumé

Les travaux pour la construction du pont sur le détroit de Messine commenceront fin décembre 2010. Le pont cependant, semble aujourd'hui moins utile, en effet depuis que le projet a été rendu public les vols low cost sont devenus une alternative valable. C'est un véritable problème pour l'état qui comptait sur les péages pour rembourser les sommes empruntées aux banques.

Le trafic sur le détroit reste toutefois très dense : de nombreux ferry-boats naviguent chaque jour dans ce secteur. Mais, au vu des prix très bas du train et des vols low cost, le retour d'investissement d'une structure aussi importante n'est pas certain, même si le passage du pont permettra de réduire la durée du transfert. Le véritable obstacle reste le mauvais état des chemins de fer entre Naples et Reggio et entre Messine et Palerme.

II. VERSION

Si l'on entre dans les détails cependant, les perspectives d'un retour sur investissement pour une infrastructure aussi importante apparaissent fortement improbables. Il suffit de réserver un voyage par l'intermédiaire d'Internet pour s'en faire une idée. Pour un jour ouvrable de novembre, un transfert de Trapani à Rome avec la compagnie aérienne Ryanair coûte 30 euros et dure une heure et demie, alors que par le train les prix s'échelonnent entre les 55 euros de « l'interregionale » et les 126 euros de « l'intercity » pour des durées comprises entre 16 à 23 heures, changements compris. De Palerme à Rome on peut voler avec EasyJet pour 40 euros et avec WindJet pour 75 euros, alors qu'en train – en choisissant le « Frecciarossa » à partir de Naples – 11 heures et 87 euros sont nécessaires.

III. EXPRESSION

1/ Il piano finanziario varato dallo stato si appoggia sulle banche che devono dare 3.8 miliardi in prestito. Lo stato restituirà questo denaro quando comincerà a incassare i pedaggi del ponte. Una somma inferiore : 2.5 miliardi deve venire dalle casse dello stato e quindi dai contribuenti italiani. In realtà solo la metà circa (1.3 miliardi) sarà spesa a fondo perduto, la differenza dovrebbe tornare nelle casse dello stato con il ritorno economico.

Tuttavia con l'annuncio alcuni anni fa della costruzione del ponte le compagnie aeree hanno aperto alcune linee tra le città italiane e la Sicilia a prezzi molto contenuti che rendono meno competitivo il ponte. L'incasso previsto grazie ai pedaggi, si annuncia quindi inferiore.

2/ **Rapporto**

Come mi è stato richiesto ho fatto un'inchiesta di mercato per sapere se sia di nostro interesse aprire una linea aerea tra Roma e Palermo. Per rispondere a questa domanda ho preso alcuni elementi in considerazione.

- Le compagnie già presenti sul mercato :

E' una linea molto redditizia e queste compagnie propongono infatti delle tariffe basse per far concorrenza al futuro ponte. Ma secondo me, queste tariffe si potrebbero abbassare ancora.

- Il progetto di costruzione del ponte:

Deve durare sette anni che diventeranno sicuramente dieci a causa dei ritardi, quindi abbiamo davanti a noi diversi anni per sfruttare la linea.

- Lo stato delle ferrovie che collegano Messina a Palermo:

Infine secondo me anche con la concorrenza del ponte saremo sempre capaci di far raggiungere la Sicilia ai passeggeri per costi inferiori e con una durata più breve. Infatti i viaggiatori che percorreranno il ponte con il treno impiegheranno ancora molto tempo per arrivare a Palermo perché la ferrovia è molto malandata e non sono previsti lavori per sostituirla con una ferrovia moderna.

Per queste ragioni questo progetto commerciale è a parer mio molto valido e dobbiamo renderlo operativo quanto prima.

Redattore : Paolo Fresi