



FRANCÉS II

OPCIÓN A

Personnalisation : le client devient son propre designer !

À l'heure du marketing personnalisé, les marques ont (enfin) compris qu'elles ne peuvent plus se contenter de vendre des produits standards. Permettre au client de personnaliser les articles de son choix, c'est aller au bout d'une stratégie fidélisante par excellence.

Après avoir clamé qu'elles sont uniques, les marques et les enseignes ont prolongé la logique : leur client lui aussi est unique. Le marketing se personnalise, il en a les moyens – Big Data –, et cela répond à un besoin réel : nouer et maintenir une relation personnalisée avec un client, quel que soit le canal d'achat et de communication qu'il utilise.

Si l'on prolonge le raisonnement, la prochaine étape consiste donc à personnaliser le produit lui-même. En modifiant un produit, en lui donnant un caractère unique aux yeux du consommateur, cela augmente son attrait, éventuellement son utilité, mais aussi son attachement à la marque : je suis fier que la marque ait fabriqué un produit rien que moi, donc je l'exhibe et j'en deviens un véritable ambassadeur !

Allons faire un peu de shopping pour voir où la personnalisation se développe. Premier arrêt de notre « shopping expérience », le Converse Store de Soho, à New York. La marque emblème des jeunes américains propose de personnaliser sa paire de baskets à partir d'une vingtaine de modèles de base. Graphisme, photos personnelles, message écrit, choix des lacets et de leur couleur...

Mais nous n'avons rien vu car l'impression 3D arrive et se démocratise très rapidement, en offrant de concevoir le produit imaginé par le client lui-même.

Et ce n'est qu'un début car les consommateurs vont bientôt pouvoir imprimer à domicile les produits de certaines marques, les copier ou même créer leurs propres modèles. Nous n'imaginons pas aujourd'hui les répercussions sur toute la chaîne du commerce : de la production à la logistique en passant par le marketing ou la lutte contre la falsification... On est au tout début d'une incroyable révolution, à nous de l'orchestrer.

D'après www.journaldunet.com, 08/07/2014

Questions

(El alumno deberá responder a las preguntas evitando transcribir literalmente frases del texto)

1. En quoi consiste la personnalisation? (2 puntos)
2. Quel est l'intérêt pour les marques de permettre aux clients de personnaliser leurs produits? (2 puntos)
3. Dans quel secteur l'article annonce-t-il le développement de la personnalisation et l'éclosion d'une révolution? (2 puntos)
4. Connaissez-vous des exemples de personnalisation? Aimez-vous personnaliser vos objets? (100-120 mots) (4 puntos)



OPCIÓN B

Réchauffement climatique: le niveau de la mer monte plus vite que prévu

Le niveau des océans pourrait grimper de plus de 60 centimètres d'ici 2100 d'après une étude basée sur des informations collectées par satellite pendant 25 ans, qui confirme les pires projections. Les prévisions pessimistes des scientifiques se confirment. La hausse annuelle du niveau des océans pourrait plus que doubler d'ici la fin du siècle, selon les constatations de l'Académie américaine des sciences (PNAS), rendues publiques récemment.

Le rythme d'élévation du niveau de la mer est actuellement évalué entre trois et quatre millimètres par an. Il pourrait atteindre dix millimètres chaque année selon l'organisme scientifique américain dans les prochaines années. Les scientifiques du PNAS précisent qu'il s'agit là d'une "estimation prudente". Par ailleurs, la fonte* accélérée du Groenland et de l'Antarctique contribuera aussi à une hausse du niveau de la mer d'au moins 60 centimètres de plus, menaçant d'inonder les villes côtières de la planète. Elle pourrait aussi mettre en danger les réserves d'eau potable par l'intrusion d'eau salée dans les aquifères, note *Newsweek*, qui a interrogé l'un des auteurs de cette étude, Steve Nerem de l'université du Colorado.

Le réchauffement climatique entraîne la montée des océans via deux phénomènes: la fonte rapide des glaces dans les pôles et les concentrations accrues de gaz à effet de serre* dans l'atmosphère. Ce dernier phénomène réchauffe la température de l'eau. Or l'eau chaude –moins dense que l'eau froide– prend plus de place. Ce mécanisme est déjà responsable de la moitié des sept centimètres de hausse constatés au cours de 25 dernières années, selon le professeur Nerem. Les résultats de ces travaux basés sur des données d'observation collectées par satellite depuis 25 ans "sont à peu près en accord avec les projections du rapport AR5 du GIEC, le groupe d'experts sur le climat de l'ONU", publié en 2014, à partir de projections par ordinateur.

*fonte : fusión, deshielo

**effet de serre : efecto invernadero

D'après *LEXPRESS.fr*, 13/02/2018

Questions

(El alumno deberá responder a las preguntas evitando transcribir literalmente frases del texto)

1. Qui est-ce qui vient de nous avertir d'une hausse imprévue du niveau des océans? Et avec quels arguments? **(2 puntos)**
2. Quels sont les deux risques immédiats de la montée des océans dont nous alerte ce texte ? **(2 puntos)**
3. Le texte signale une espèce de cercle vicieux qui fait monter le niveau des océans. Quels sont les deux changements qui le provoquent? **(2 puntos)**
4. Est-ce que vous étiez conscient de cette menace ? Peut-on la considérer exagérée ? Croyez-vous que la Communauté Internationale est en train de réagir convenablement ? À votre avis qu'est-ce qu'il faut faire ? (100-120 mots). **(4 puntos)**