

DIPLÔME SUPÉRIEUR DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION

UE8 – ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

ALLEMAND

SESSION 2021

Durée : 3 heures – Coefficient : 1

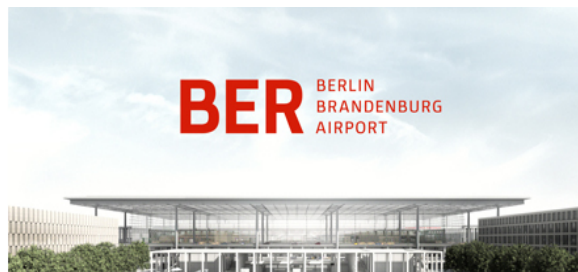
Aucun matériel (agendas, calculatrices, traductrices.), ni dictionnaire n'est autorisé.

SUJET

Document 1

BER öffnet "ohne große Party"

Mehrkosten in Milliardenhöhe, Chaos und jahrelange Verzögerungen – und nun ist es soweit: Ende Oktober öffnet der BER, Berlins neuer Flughafen. Auf Feierlichkeiten verzichtet der Flughafenchef.



Nach jahrelanger Verzögerung wird am 31. Oktober der neue Hauptstadtflughafen Berlin-Brandenburg (BER) öffnen – ohne große Feierlichkeiten, wie Flughafenchef Engelbert Lütke-Daldrup mitteilte. „Es gibt keine große Party: Wir machen einfach auf.“

- 5 Eröffnet werden sollte der BER eigentlich 2011. „Der Weg zur Eröffnung war kein leichter“, sagte Lütke-Daldrup. Es seien vermeidbare Fehler gemacht worden. „Wir deutschen Ingenieure haben uns geschämt.“ Auch die Kostensteigerungen seien schwer vermittelbar, sagte er. Nach so vielen Jahren Verspätung „gibt es keinen Grund, sich mit dem Projekt zu brüsten“.
- 10 5,96 Milliarden Euro hat der Bau des BER den Angaben nach gekostet – von der Erschließung des Geländes über den Bau der Start- und Landebahnen und der 40 Flughafengebäude. Geplant waren einst 2,7 Milliarden Baukosten. Ein Plan, den Flughafen privat finanzieren zu lassen, war verworfen worden. 3,5 Milliarden der Kosten wurden aus Krediten gedeckt, der Rest steuerten die Gesellschafter Bund, 15 Berlin und Brandenburg bei.
- 770 Millionen Euro für den Lärmschutz in der Nachbarschaft sind zum großen Teil ausgegeben für Lärmschutz an mehr als 20.000 Häusern. Jahrelang hatten Bewohner des Berliner Südostens gegen den Bau protestiert – am Ende weitgehend erfolglos.
- 20 Der fertiggestellte BER verfügt mit seinen drei Terminals über ausreichend Kapazitäten, sagte Lütke-Daldrup – und versuchte die bereits geäußerte Kritik zu entkräften, der Flughafen sei bereits zur Eröffnung zu klein. Im Terminal 1 werden zum Öffnungstermin schon Shops, Gastronomen und Service-Dienstleister arbeiten, außerdem eine Touristeninformation, Mietwagenanbieter, ein Friseursalon sowie 25 eine Geldwechselstube. Terminal 2 soll coronabedingt erst später fertiggestellt werden – hier fehlen wegen der Corona-Pandemie viele Arbeiter vor allem aus Osteuropa.

Nach www.zeit.de , 29.09.2020.

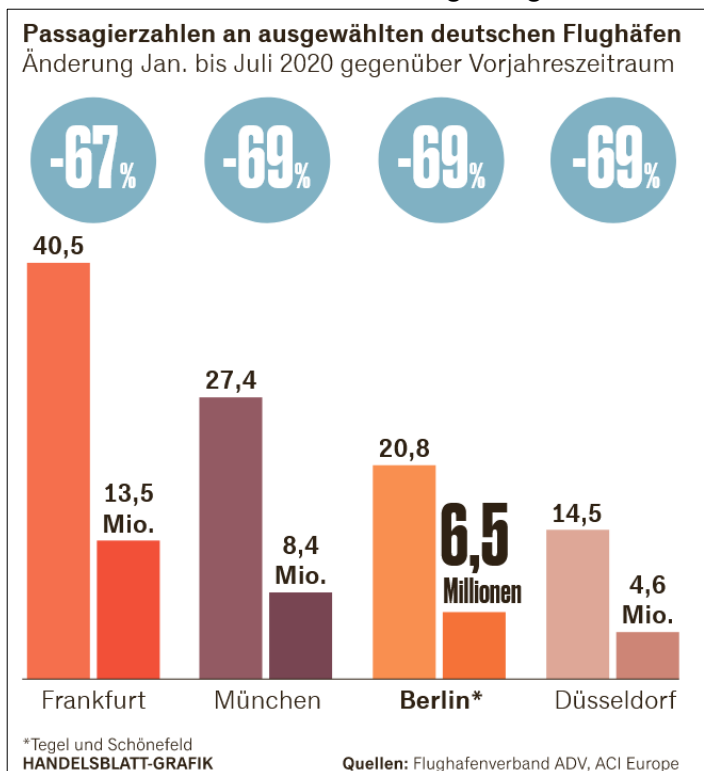
Document 2

BER am Rande der Pleite?

Der neue Flughafen Berlin Brandenburg ist eröffnet, aber um die Finanzen steht es schlecht. Der BER könnte zur Dauerbelastung für den Steuerzahler werden.

Berlin. Es sollte ein Tag der Freude, nicht des Frustes sein. „Jetzt reden wir heute bitte nicht übers Geld“, bat Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer (CSU) am Samstag kurz nach der Landung der ersten Flieger am neuen Flughafen Berlin Brandenburg „Willy Brandt“, kurz BER. Doch nach 14 Jahren Bauzeit, nach 5 Fehlplanungen, Missmanagement und Aufsichtsversagen ist die Finanzlage des BER spätestens ab jetzt Problem Nummer eins.

Der BER ist eröffnet – doch der Bund der Steuerzahler schlägt angesichts der angespannten Finanzlage der Flughafengesellschaft Berlin Brandenburg (FBB) bereits Alarm. Dabei hat das Projekt die Kassen der öffentlichen Hand bereits stark strapaziert: Die Kosten für den Airport stiegen von ursprünglich etwa zwei Milliarden auf mehr als sechs Milliarden Euro, nicht nur aufgrund der Bauverzögerung, sondern auch wegen zahlreicher Umplanungen und Vergrößerungen. Viele Fluggäste werden aufgrund der Corona-Einschränkungen aber nicht erwartet. Der Flugverkehr steckt aus Sicht der Branche in der schwersten Krise seit dem Zweiten Weltkrieg.



Die Betreiber rechnen am BER für die kommenden Wochen nur mit einem Bruchteil der Passagierzahlen, die zu gewöhnlichen Zeiten verzeichnet worden wären. Berlin, Brandenburg und der Bund schießen deshalb als Flughafeneigentümer schon in diesem Jahr 300 Millionen Euro zu

Debatte über Teilprivatisierung

Rainer Bretschneider (FBB-Aufsichtsratschef) zeigte sich daher auch offen für einen Einstieg privater Investoren bei der Flughafengesellschaft: „Da hätte ich persönlich überhaupt nichts gegen.“

Nach www.handelsblatt.com 01.11. 2020.

TRAVAIL À FAIRE

I. COMPRÉHENSION (10 points)

1. QCM : choisir la ou les bonnes réponses et reportez la ou les bonnes réponses sur votre copie. (3 points)

1.1. Quelques données chiffrées :

- a. L'aéroport a investi **770 millions d'euros** dans la construction d'une aérogare supplémentaire.
- b. La construction de cet aéroport n'aura coûté que **2,7 milliards d'euros** au lieu des 5,96 milliards prévus.
- c. Les actionnaires ont injecté **300 millions d'euros** pour compenser la chute du nombre de passagers attendus.
- d. L'ouverture de l'aéroport aurait dû avoir lieu en **2011**.

1.2. L'aéroport de Berlin Brandebourg face à ses problèmes : quel est le souci majeur à l'heure actuelle ?

- a. La crise sanitaire.
- b. Un risque de faillite.
- c. Les mouvements de protestation contre les nuisances sonores engendrées.

2. Rédiger une synthèse des documents en français (140 mots). (7 points)

En vous appuyant sur les deux documents, rédigez en français une synthèse qui abordera notamment les points suivants :

- la naissance difficile de cette entreprise ;
- les freins à son bon fonctionnement actuel ;
- les perspectives et les enjeux pour l'avenir.

II. EXPRESSION ÉCRITE (10 points)

1. Réagissez à l'affirmation du document 2 en allemand (100 Wörter) : (5 points)

„Viele Fluggäste werden aufgrund der Corona-Einschränkungen aber nicht erwartet. Der Flugverkehr steckt aus Sicht der Branche in der schwersten Krise seit dem Zweiten Weltkrieg.“

Erklären Sie die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie auf Tourismusunternehmen.

2. Écrit en allemand (120 Wörter). (5 points)

Après votre examen, vous avez décroché l'année dernière un stage de 4 mois au sein de l'ancien aéroport Berlin Tegel, désormais fermé. Votre maître de stage vous demande de rédiger une proposition de communiqué de presse sur la fermeture de cet aéroport en tenant compte des informations suivantes :

- date de fermeture : 8 novembre 2020 ;
- réception dans l'aérogare suivie d'un meeting aérien ;
- nom officiel : aéroport Otto-Lilienthal de Berlin Tegel ;
- historique de l'aéroport : ouverture en 1948, aéroport utilisé pour mettre en place le « Pont aérien » (Luftbrücke) le 5 novembre 1948, remplace l'aéroport de Tempelhof en 1970 ;
- fréquentation : en 2018, 22 millions de passagers, 4^{ème} aéroport allemand, 28^{ème} européen ;
- destinations : 127 destinations nationales et internationales, 65 compagnies aériennes ;
- société d'exploitation : Berliner Flughafen-Gesellschaft mbH (BFG) ;
- nombre de terminaux : 5 ;
- projet d'aménagement futur : quartier d'habitation pour 10 000 personnes.

DIPLÔME SUPÉRIEUR DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION

UE8 – ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

ESPAGNOL

SESSION 2021

Durée : 3 heures – Coefficient : 1

Aucun matériel (agendas, calculatrices, traductrices.), ni dictionnaire n'est autorisé.

Así compran los 'millennials' y 'centennials'

Son los protagonistas del futuro. *Millennials* (nacidos entre 1981 y 1993) y *centennials* (o generación Z, que va de 1994 a 2010) están llamados a cambiar los patrones de compra establecidos por sus predecesores. Buscan productos más sostenibles y marcas involucradas con la sociedad. “Ven en el consumo una manifestación de compromiso con el entorno”, ha dicho Joaquín Aldás-Manzano, vicerrector de estrategia, calidad y tecnologías de la información de la Universitat de Valencia, en el ciclo de encuentros *El futuro, nuestra mejor inversión*, organizado por EL PAÍS, CincoDías y BBVA.

“Los *millennials* están cerca de su máximo poder de compra, y para todas las empresas, por lo tanto, es un segmento atractivo”, ha comentado Aldás-Manzano, colaborador de la Fundación BBVA en el proyecto de U-ranking. En España hay alrededor de siete millones de *millennials*, de acuerdo con el especialista. Pero, ¿cómo son? Les ha marcado la historia. Nacieron en un periodo de crecimiento, pero en su primer aterrizaje al mercado laboral les pilló una crisis. Luego, cuando la situación empezaba a mejorar llegó la covid-19. “[La pandemia] no ha contribuido a generarles un horizonte más positivo”, ha destacado durante el evento que se celebró este jueves. Por ello son muy conservadores. Sobre todo en términos de inversión. “La gente que ha vivido una crisis es así”. Han retrasado la toma de algunas decisiones que resultaban primordiales para sus predecesores. Solo para el 22% de ellos es importante tener una casa, casarse es importante solo para un 17% y tener hijos es una meta únicamente para el 13%, según una encuesta a nivel mundial de la consultora Nielsen.

La generación Z tendrá una mayor influencia sobre la producción y el consumo. “Han crecido en un periodo de crisis y eso los hace más conscientes de los problemas sociales, están preocupados por el medio ambiente y son tremendamente exigentes con las marcas”, ha subrayado Aldás-Manzano. El ambientalismo ha sido una fuerza rectora en el desarrollo de los *centennials*, y seguirá siendo importante a medida que el cambio climático continúe dominando los titulares. Es así que están interesados en apoyar a las empresas locales y comprar físicamente, lo cual se ha evidenciado durante la crisis sanitaria. “Han empezado a seleccionar otro tipo de establecimientos. Eso emergerá por ciertos sentimientos de solidaridad”, ha aseverado Aldás-Manzano. Todos estos factores meterán presión a las compañías de todos los sectores. “Aquellas que se mantengan al margen de los criterios de sostenibilidad tendrán más probabilidades de sufrir problemas financieros, penalizaciones, sanciones, riesgos reputacionales¹”, ha advertido Belén García-Moya, directora de asesoramiento y altos patrimonios de Banca Privada de BBVA[...]. “En definitiva, dejarán de ser atractivas para el cliente y quedarán al margen del interés de los inversores”, ha subrayado la especialista.

“Las nuevas generaciones son un segmento apasionante”, ha dicho Miguel Villalba, responsable de Morgan Stanley Investment Management Iberia[...]. Sus exigencias tendrán una repercusión en los anaqueles de los supermercados, en los anuncios de la televisión, en la producción y la distribución de los alimentos. [...] Pero cuidado, los consumidores ya no se dejan embelesar tan fácilmente. “Su opinión tiene que contar. Ellos quieren diseñar el producto junto al fabricante, son cocreadores”, ha rematado Aldás-Manzano durante el encuentro.

1. “Un riesgo reputacional se define como aquel que provoca una pérdida potencial de capital financiero, capital social y / o participación de mercado debido a daños relacionados con la reputación de una empresa.”

El País, 06/11/2020.

Travail à faire par le candidat

I. COMPRÉHENSION (en espagnol) (6 points)

Après avoir pris connaissance du document vous en dégagerez le sens en prenant appui sur les consignes suivantes :

1. Diga cuáles son las características de las generaciones 'millennials' y 'centenials'.
2. Explique las particularidades del modo de consumo de esas generaciones.

II. TRADUCTION (4 points)

Traduire depuis « Las nuevas generaciones » (l.36) jusqu'à « durante el encuentro » (l.42)

III. EXPRESSION (en espagnol) (10 points)

«Pero cuidado, los consumidores ya no se dejan embelesar tan fácilmente. «Su opinión tiene que contar. Ellos quieren diseñar el producto junto al fabricante, son cocreadores»».
(l. 39-41)

Après avoir commenté brièvement cet extrait du document, vous exprimerez votre opinion en répondant à la question suivante en 180 mots au moins :

¿Piensa usted que las políticas empresariales están dando satisfacción a las exigencias de los 'millennials' y 'centenials'? Justifique y argumente.

**DIPLÔME SUPÉRIEUR DE COMPTABILITÉ
ET DE GESTION**

**UE8 – ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE
VIVANTE ÉTRANGÈRE**

ITALIEN

SESSION 2021

Durée : 3 heures – Coefficient : 1

Aucun matériel (agendas, calculatrices, traductrices.), ni dictionnaire n'est autorisé.

La provocazione di Renzo Rosso: Diesel o Deisel? Il falso d'autore

E pensare che per giorni è stata lì, sotto gli occhi di tutti. E per tutti s'intendono i milioni di follower, di Renzo Rosso. Un post su Instagram dove il signor Diesel indossava «quella» t-shirt con la grande scritta bianca in campo rosso: Deisel. No, nessun errore di battitura, ma un'operazione di comunicazione strepitosa con un negozio aperto nel cuore del quartiere regno delle copie, in Canal Street a Chinatown, New York.

Per una settimana la gente è entrata in un bugigattolo¹, stretto fra copie di ogni genere, e ha acquistato jeans e t shirt e felpe a pochi dollari convinti di comprare un falso di ottima fattura. Salvo poi scoprire che quella beffa² è in realtà un falso d'autore e che da oggi gli stessi pezzi saranno in vendita sulla Quinta e in tutto il mondo a un prezzo dieci volte superiore perché i «Deisel» sono in realtà veri e propri Diesel. E a suggerire un business, da adesso, quei fasulli³ che fasulli non sono potrebbero essere venduti dagli ignari acquirenti nei canali ad hoc al prezzo (vero) di mercato. E sorride Rosso del progetto nato dal suo team di giovani creativi dove lui, un annetto fa, ha deciso di rientrare per occuparsi nuovamente in prima persona della «creatura» (cioè Diesel). «C'è anche un po' di me, di quello che sono io come persona. Alla quale piace scherzare e ironizzare sulla vita — racconta entusiasta dell'operazione —. Mi piace giocare e prendermi un po' in giro. E la moda in questo momento ha bisogno di un sorriso perché è tutto troppo business. E poi c'è la gente, là fuori, che va avanti e ogni giorno prova più frustrazione che soddisfazioni. Ecco, vediamola così: l'idea di divertire qualcuno scherzando su di noi mi ha entusiasmato».

La scelta del luogo è altrettanto incredibile. «Potevano andare sulla Quinta Strada o in Madison, ma perché? Non avrebbe significato nulla. E invece di nascosto ci siamo affittati il negozietto in Canal Street e abbiamo aperto lì, un falso fake nel regno dei fake, con allestimento giusto e commessi addestrati ad accettare di contrattare sul prezzo, come si fa a Chinatown. Tutto è stato poi filmato. E in un video racconteremo l'esperienza, anche le facce prima e dopo l'affare!». In tutto undici capi. Una vera collezione limitata: «È un'altra formula che piace perché ti fa sentire partecipe, esclusivo, di un progetto. Certo potevamo immettere sul mercato un quantitativo industriale, ma non era questo lo scopo: vendere e vendere. Piuttosto, l'idea dell'affezione alla griffe, del giocare anche con il logo non necessariamente per fare cassetta⁴: facile produrre migliaia e migliaia di piccole cose a grandi prezzi. E poi c'è anche il discorso della capacità di capire la qualità di un prodotto a prescindere dal prezzo. Ho visto i volti delle persone che entravano in Canal Street, tutti stupefatti della qualità dei capi. Persino intimoriti». E poi la bravura di tenere tutto sotto silenzio in un'era in cui è quasi impossibile che non si sappia. «Anche questa è stata una bella sfida, di tutti noi. Anche io, ho dovuto mordermi la lingua per non dire a tutti che la felpe che indossavo in quella foto di Instagram era un fake, cioè no, ma sì. "Ma non vedete che c'è scritto Deisel?", ma mi sono trattenuto, ridendo tanto fra me e me».

Paola Pollo, <http://www.corriere.it>, 9 febbraio 2018

¹ un bugigattolo = *un cagibi*

² una beffa : uno scherzo, una situazione creata per prendere in giro qualcuno

³ i fasulli : i falsi

⁴ fare cassetta : fare soldi

A – COMPREHENSION (10 points)

1) Répondre en français à la question suivante : (6 points).

À partir des éléments fournis par le texte, indiquez l'origine, les caractéristiques et l'objectif du magasin ouvert dans le quartier de Chinatown à New York, par Renzo Rosso (100 mots).

2) Traduire en **français** de " *E poi c'è anche il discorso* " (l. 30) jusqu'à la fin du texte. (4 points)

B – EXPRESSION (10 points)

Traiter en italien le sujet suivant (200 mots +/- 10 %) :

L'operazione di Diesel da una parte vuole sensibilizzare contro la contraffazione e dall'altra rappresenta « *un'operazione di comunicazione strepitosa* » (l. 4). In che senso i due aspetti sono presenti nell'iniziativa lanciata da Renzo Rosso, fondatore di Diesel? Sembra una strategia efficace.