



Conception : BANQUE ELVi

emlyon BS – ESCP BS – ESSEC BS – HEC Paris

LANGUE VIVANTE B

FILIÈRE ÉCONOMIQUE et COMMERCIALE & FILIÈRE LITTÉRAIRE

Mercredi 29 avril 2026 de 8h à 12h

ARABE – ITALIEN – PORTUGAIS - Russe

Durée : 4 heures

N.B. :

Les candidats ne sont pas autorisés à modifier le choix effectué lors de l'inscription de la langue vivante B dans laquelle ils doivent composer.

Aucun document n'est autorisé.

L'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

Si au cours de l'épreuve, un candidat repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il la signalera sur sa copie et poursuivra sa composition en expliquant les raisons des initiatives qu'il sera amené à prendre.

Ce sujet comporte les 5 documents suivants :

- Document 1 - الجزائر تراهن على الزراعة الذكية لتحقيق الأمن الغذائي
- Document 2 - الزراعة المغربية تتسلح بالابتكار للتأقلم مع التغير المناخي
- Document 3 - Au Maroc, « nous exportons sous forme de fruits l'eau qui nous manque »
- Document 4 - منشور عن الزراعة الذكية في السعودية

I - COMPRÉHENSION : RÉSUMÉ ANALYTIQUE COMPARATIF

Répondre dans la langue cible à la question posée en 250 mots (+ ou - 10%) en identifiant et en comparant les informations pertinentes dans les documents 1 et 2 du dossier, sans commentaire personnel ni paraphrase.

كيف تشكل التكنولوجيا حلاً لتحسين الزراعة في العالم العربي حسب الوثيقتين الأولى والثانية؟

II - EXPRESSION PERSONNELLE : ESSAI ARGUMENTÉ

Répondre dans la langue cible à la question posée en 350 mots (+ ou - 10%) en réagissant au contenu du dossier, sans paraphraser celui-ci, tout en développant son opinion personnelle. Vous devez illustrer votre argumentation avec des exemples culturels, civilisationnels et/ou historiques du monde arabophone.

كيف يمكن للدول العربية أن تنجح في تحقيق فلاحية مستدامة؟ اعتمد في إجابتك على وثائق الملف الأربعة وعلى معلوماتك الشخصية.

III - TRADUCTION DU FRANÇAIS EN ARABE (THÈME)

Traduire uniquement la partie du texte indiquée en français en gras et entre crochets [...]

De [En exportant à cultures]

Document 1 :

الجزائر تراهن على "الزراعة الذكية" لتحقيق الأمن الغذائي

تراهن الجزائر على تشجيع الفلاحة الذكية لتحقيق الأمن الغذائي، من خلال إعطاء أهمية كبيرة للبحث العلمي المتخصص في مجال الزراعة، وتحفيز الشباب على الانخراط في البرامج ذات الطابع الفلاحي. وفي ظل استمرار الجدل حول ارتفاع أسعار المواد الغذائية، تصب الاستراتيجية الاقتصادية في سياق دعم الفلاحة المحلية، لا سيما في المناطق الصحراوية، مع تشجيع الشباب على إنشاء مشاريع مصغرة لتوفير المواد الغذائية الأساسية التي يحتاجها المواطن يومياً.

وقد صنف آخر تقرير لبرنامج الأمن الغذائي العالمي الصادر عن الأمم المتحدة، الجزائر في المرتبة الأولى إفريقيا من ناحية الأمن الغذائي، حيث حصلت على تقدير 63.9 بالمئة، مما يجعلها ضمن الدول القادرة على دعم جهود برنامج الأمم المتحدة الطامح لتحقيق "صفر جوع" بحلول عام 2030. وتشير أرقام الاقتصاد الجزائري إلى أنّ مساهمة الزراعة في الناتج المحلي لا يتجاوز 13 بالمئة، أي نحو 25 مليار دولار، وقد تعهدت الحكومة بمضاعفة تلك الأرقام عبر دعم الزراعة الذكية، وتوسيع المساحات المروية وتحسين الاستغلال الرشيد للأراضي الزراعية، عبر رقمنة برامج القطاع.

وتأخذ الزراعة الذكية بعين الاعتبار التطور السريع في التكنولوجيا، من خلال تعميم الطاقات المتجددة في الري واستخدام الطاقة الشمسية في الضخ، من أجل توفير ما بين 15 إلى 40 بالمئة من استخدام الطاقة. ولتحقيق الأمن الغذائي، أكد الخبراء على ضرورة الإسراع في دعم زراعة منتجات الفاكهة والخضراوات، وتسهيل الضوء على دور أصحاب المشاريع المصغرة، ولهذا قدمت الحكومة تسهيلات كبيرة للشباب الراغب في الاستثمار الفلاحي، بعدما حلت واحدة من أصعب العوائق التي ظلت تقف أمام مسألة تطوير الزراعة في المناطق النائية، وهو ما يتعلق بإحصاء الأراضي الفلاحية، وإعداد قانون جديد خاص بإعادة توزيعها على المستثمرين الفلاحين الصغار.

في مقابل ذلك، وضعت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي خطة عمل جديدة تهدف لفتح مدرستين وطنيتين للزراعة، للمساهمة في ربط المشاريع الزراعية بالأبحاث العلمية الحديثة. ويلمس المجتمع المدني رغبة الحكومة في تسليط الضوء أكثر على الابتكار الزراعي، بهدف إدخال تقنيات جديدة، من خلال حث الباحثين على ربط معظم الأراضي الزراعية بالتقنيات الرقمية الجديدة بحلول عام 2024.

في هذا الصدد، وصف رئيس جمعية حماية المستهلك مصطفى زبدي الجهود بـ"الإيجابية التي تقف أمام مهمة صعبة جداً".

وقال زبدي لموقع سكاي نيوز عربية إنّ تلك المشاريع الكبرى لا تزال تقف أمام مشكلة البيروقراطية.

وأكد رئيس الجمعية على أن الإرادة السياسية موجودة، لكن الواقع صعب نظراً لتدخل الإدارة البيروقراطية في كل المجالات.

وأشار رئيس الجمعية إلى أن مساهمة الدولة في تحقيق الأمن الغذائي في العديد من المنتجات، على غرار الدواجن والمواد الغذائية الأساسية، لا تتعدى 10 بالمئة، مقابل استمرار سياسية الاستيراد. وأضاف أن هناك عدة صعوبات لتحقيق الاكتفاء الذاتي، خاصة أن العديد من المنتجات المحلية لا ترقى من ناحية الجودة لتطلعات المستهلك الجزائري.

سكاي نيوز عربية، 26 أبريل 2022م

Document 2 :

الزراعة المغربية تتسلح بالابتكار للتأقلم مع التغير المناخي

تدفع قسوة التغير المناخي المسؤولين في المغرب باتجاه تنسيق جهودهم للتركيز أكثر على السبل الكفيلة لاعتماد حلول فعالة تعتمد على الابتكار واستخدام أنظمة إنتاج مستدامة للتأقلم مع هذه المشكلة في مسار طويل ضمن إستراتيجية الجيل الأخضر لتحسين الأمن الغذائي للسكان.

يحث المغرب خطاه باتجاه تمكين الابتكار الزراعي للتصدي لهواجس الأمن الغذائي جراء تغير المناخ، وفي الوقت ذاته إعطاء هذه النوعية من المشاريع دفعة قوية لترسيخ أقدامها في السوق المحلية ولتكون نواة حقيقة لتجارب أكثر توسعاً في المستقبل.

ومع تفاقم تداعيات المناخ، أضحت الابتكار أكثر من أي وقت مضى الكلمة المفتاح في المنظومة الزراعية للبلاد ليصبح بإمكانها تطوير وتنفيذ أنظمة إنتاج مستدامة ومرنة قادرة على التكيف مع السياق الراهن الذي يتسم، على الخصوص، بالإجهاد المائي.

ويقود الضغط المتزايد على المياه المزارعين إلى استكشاف تقنيات جديدة، على غرار الري بالتنقيط، واختيار المحاصيل التي تتحمل الجفاف واللجوء إلى التكنولوجيا المتقدمة.

ويقول الخبراء إنه لا يمكن، في مواجهة هذه التحديات، إنكار أن الابتكار يمثل الفرصة الأمثل لتحويل القطاع الزراعي وضمان الأمن الغذائي لبلد يتجاوز تعداد سكانه 37 مليون نسمة.

وتعكس الدورة الـ 16 للمعرض الدولي للفلاحة الذي انطلقت فعالياته الاثنين في مدينة مكناس تحت شعار المناخ والفلاحة من أجل نظم إنتاج مستدامة وقادرة على الصمود، الرغبة في إبراز الأهمية الحاسمة التي يكتسبها تكيف الزراعة مع تحديات المناخ الحالية والمستقبلية.

ويسعى المغرب إلى محاكاة بعض الدول العربية وفي مقدمتها الإمارات، التي تقدم حوافز سخية للاستعانة بالتكنولوجيا الزراعية العالمية لتحويل التحديات الراهنة إلى فرص واعدة تحقق منافع اقتصادية في المدى المتوسط والطويل.

ومن المتوقع أن تسهم الشراكات المرتقبة خلال الحدث في بناء أرضية قوية في استدامة التكنولوجيا الزراعية، ودعم جهود الرباط لتحقيق الأهداف الرئيسية المتعلقة بالاستراتيجية الوطنية للأمن الغذائي. ويعيش البلد موسم جفاف للسنة السادسة توالياً، مما أثر بشكل كبير على أداء القطاع الذي يدعم النمو باعتباره محركاً رئيسياً للاقتصاد، كما أن 40 في المئة من السكان يعيشون في القرى و75 في المئة منهم يؤمنون دخلهم من الزراعة.

ويصنف البلد من بين الدول الأكثر عرضة لتغير المناخ في حوض المتوسط، مما يجعله من الأكثر استيراداً للقمح، كما أن اقتصاده يعتمد بشكل كبير على الزراعة، حيث تسهم بحوالي 14 في المئة من الناتج المحلي الإجمالي السنوي.

وقال عبد القادر العلوي رئيس الفدرالية الوطنية للمطاحن في تصريح لبلمبرغ الشرق مؤخراً إن الموسم الحالي قد يكون أسوأ السنوات العجاف التي تشهدها المملكة.

ووفق المركز الدولي للبحوث الزراعية بالمناطق الجافة (إيكارد)، تستمر تداعيات تغير المناخ في التأثير على محاصيل الحبوب في المغرب، ما يؤكد على ضرورة البحث عن تقنيات زراعية جديدة قادرة على حماية دخل المزارعين وزيادة قدرتهم على الصمود.

وتعدّ رقمنة الزراعة من بين هذه التقنيات إذ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبيانات الأنظمة البيئية لدعم تقديم البيانات والخدمات للمزارعين، لزيادة الإنتاجية وبأقل كلفة. ومع ذلك، تقتصر التقنيات الحديثة حالياً على كبار المزارعين في المغرب، حيث يستخدم نحو 3 في المئة من المنتجين الحلول الرقمية في أنشطة مختلفة في سلاسل الإنتاج.

وسبق أن قالت مديرة المركز الرقمي بوزارة الفلاحة لبنى المنصوري إن الهدف هو تعميم هذه الخدمات على نحو مليوني مزارع بحلول العام 2030.

جريدة العرب، 23 أبريل 2024م

Document 3 :

Au Maroc, « nous exportons sous forme de fruits l'eau qui nous manque »

[En exportant ses tomates, ses pastèques, ses fraises ou ses oranges, le Maroc vend l'eau qui lui fait défaut. Dans un pays confronté à une grave sécheresse, ce cri d'alarme se fait de plus en plus insistant. Il provient de scientifiques, de militants écologistes et d'associations, qui mettent en garde contre les conséquences d'une agriculture gourmande en eau et tournée, pour une bonne part, vers l'export plutôt que vers l'autosuffisance.

Une décision récente du gouvernement est venue y faire écho. Signée par les ministres de l'agriculture et du budget, et publiée le 22 septembre, celle-ci met fin aux subventions pour les cultures d'agrumes, de pastèques et d'avocats, décriées pour leur rôle dans l'assèchement de certaines régions. Concrètement, il ne sera plus possible de bénéficier des aides permettant d'investir dans l'irrigation localisée : creusement de puits, pompage, équipement de goutte-à-goutte...

L'objectif : stopper l'extension des superficies irriguées de ces cultures qui ont « atteint, voire dépassé, les objectifs fixés » pour « laisser la place à d'autres cultures »], souligne-t-on au ministère de l'agriculture. Celui-ci entend encourager des cultures « moins consommatrices en eau, notamment le caroubier, le cactus, l'amandier, le câprier, le figuier ».

Si la mesure est saluée comme allant dans le bon sens, son impact risque toutefois de n'être que très modéré. *« D'abord, parce qu'il y aura toujours des investisseurs qui auront les moyens de s'installer sans subventions. Surtout, parce que les grandes fermes qui pratiquent ces cultures intensives et irriguées existent déjà et suffisent à tout assécher »,* déplore Salima Belemkaddem, du mouvement Maroc Environnement 2050, qui insiste sur *« l'urgence d'un changement radical de modèle agricole, vu l'étendue des dégâts ».*

Aurélie Collas, le Monde Afrique, 10 octobre 2022

وزارة البيئة والمياه والزراعة
Ministry of Environment Water & Agriculture

الزراعة الذكية..
ثورة خضراء لتعزيز الإنتاج الزراعي واستدامته

أبرز مزاياها

- تحسين كفاءة استخدام الموارد الطبيعية
- تقليل استهلاك المياه وتزويد الإنتاج الزراعي
- تحافظ على البيئة وتوفر أغذية آمنة وصحية
- ترفع دخل المزارعين لقلّة تكاليف إنتاجها

أبرز أنواعها

- الزراعة المائية Hydroponics
- الزراعة العمودية Vertical Farming
- البيوت المحمية عالية التقنية High-Tech Greenhouses

تقنيات زراعية واعدة

- المخضبات الحيوية
- تقنية النانو
- الفحم الحيوي



جريدة الرياض، 8 أكتوبر 2025 م

LVB ITALIEN

Ce sujet comporte les 4 documents suivants :

- **Document 1** – “Arte e bellezza eccellenze e ricchezze dell'economia italiana”, Luigi dell'Olio, *La Repubblica*, 25 novembre 2025.
- **Document 2** – “La Campania regina della moda, ma la sartoria napoletana rischia il vuoto generazionale” : www.agro24.it, 14 aprile 2025
- **Document 3** – En Italie, des sous-traitants de marques de luxe « continuent d'exploiter la misère humaine », Olivier Bonnel, *Le Monde*, 5 décembre 2025
- **Document 4** – *Grafico*, *La Repubblica*, 25 novembre 2025
Fotografia, *Corriere della Sera*, 7 ottobre 2024

I - COMPRÉHENSION : RÉSUMÉ ANALYTIQUE COMPARATIF

Répondre dans la langue cible à la question posée en 250 mots (+ ou - 10%) en identifiant et en comparant les informations pertinentes dans les documents 1 et 2 du dossier, sans commentaire personnel ni paraphrase.

Il “made in Italy” ha ancora un valore concreto o è solo simbolico?

II - EXPRESSION PERSONNELLE : ESSAI ARGUMENTÉ

Répondre dans la langue cible à la question posée en 350 mots (+ ou - 10%), en réagissant au contenu du dossier, sans paraphraser celui-ci, tout en développant son opinion personnelle. Vous devez illustrer votre argumentation avec des exemples culturels, civilisationnels et/ou historiques du monde italoophone.

Dite quali sono, secondo voi, le sfide per il rilancio del “made in Italy” e le possibili soluzioni perché diventi non solo un marchio da difendere, ma un modello da promuovere.

III - TRADUCTION DU FRANÇAIS EN ITALIEN (THÈME)

Traduire uniquement la partie du texte indiquée en français et en gras entre crochets [.....].

De [Pour le gouvernement... à ...des ouvriers du textile à la CGIL.]

Arte e bellezza eccellenze e ricchezze dell'economia italiana

di Luigi dell'Olio, *La Repubblica*, 25 novembre 2025

In nessun altro Paese avanzato la cultura è un fattore economico così diffuso, trasversale e strutturale come in Italia. Non solo perché custodiamo il maggior numero di siti riconosciuti dall'Unesco (60, uno in più della Cina) o perché il nostro patrimonio artistico e naturale continua ad attirare milioni di visitatori ogni anno. La peculiarità italiana sta nel fatto che la cultura permea l'intero sistema produttivo, influenza la percezione internazionale del Paese, rafforza la competitività dei distretti e sostiene il posizionamento dei prodotti made in Italy nelle preferenze globali dei consumatori. Si tratta di un capitale intangibile, ma che nel tempo ha assunto un ruolo sempre più centrale nelle metriche attraverso le quali istituzioni, think tank e osservatori internazionali valutano soft power e capacità di innovazione dei diversi Paesi. Secondo l'ultima classifica stilata da U.S. News & World Report, insieme alla Wharton School dell'Università della Pennsylvania, l'Italia è prima al mondo per influenza culturale, seconda per attrattività del patrimonio artistico e naturale e ancora seconda per qualità complessiva dell'esperienza turistica. Parametri che non considerano solo la disponibilità di musei, collezioni, siti archeologici o teatri, ma pesano la capacità complessiva dei vari Paesi quando si tratta di proiettare cultura attraverso ciò che produce: la moda, il cibo, il design, il cinema, l'editoria, la manifattura avanzata. È anche grazie a questo modello che il Made in Italy occupa stabilmente la terza posizione nelle preferenze dei consumatori globali, una forza che contribuisce in modo decisivo alla competitività dell'export, responsabile di circa un terzo del Pil nazionale (l'Ice valuta in 623 miliardi di euro il valore delle merci che nel 2024 sono uscite dai confini nazionali per raggiungere i mercati di tutto il mondo).

Negli ultimi anni, inoltre, la cultura è entrata con maggiore decisione nelle strategie europee per la competitività. L'Unesco ne ha fatto uno degli indicatori chiave dello sviluppo sostenibile, l'Ocse la colloca tra le industrie ad alta intensità creativa e la Commissione europea l'ha inserita nella sua nuova agenda industriale. In Italia questa attenzione trova terreno fertile: la cultura è un'infrastruttura produttiva che alimenta filiere complesse, sostiene professioni altamente qualificate e genera innovazione incorporata nei beni e servizi industriali. È il motivo per cui, nelle economie a forte vocazione culturale, l'effetto moltiplicatore di questo comparto risulta particolarmente elevato.

Da segnalare anche il nuovo Rapporto "Io Sono Cultura 2025", realizzato da Unioncamere, Fondazione Symbola, Centro Studi Tagliacarne e Deloitte, che verrà presentato domani a Roma. Un documento che quantifica, con un approccio sistemico, il peso economico della filiera culturale e creativa. Secondo lo studio, nel 2024 questo ecosistema – che comprende imprese private, istituzioni pubbliche e organizzazioni del terzo settore – ha generato 112,6 miliardi di euro di valore aggiunto, in crescita del 2,1% rispetto all'anno precedente e del 19,2% dal 2021. Se si considerano gli effetti indiretti e l'indotto, il contributo complessivo arriva a 303 miliardi di euro, pari al 15,5% dell'intera economia italiana: un dato che colloca la cultura fra le prime filiere del Paese non solo in termini simbolici, ma anche economici. In sostanza, la cultura produce ricchezza e occupazione e mette in circolo le idee per lo sviluppo.

"La forza della nostra economia e del Made in Italy deve molto in tutti i campi alla cultura e alla bellezza", annota Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola. "Cultura e creatività, oltre ad arricchire la nostra identità e alimentare la domanda di Italia nel mondo, possono aiutarci ad affrontare le difficili sfide che abbiamo davanti, a partire dalla crisi climatica". Realacci ricorda come gli addetti culturali e creativi rappresentino una risorsa strategica per una transizione verde, a misura d'uomo e, anche per questo, più competitiva, come sostiene il Manifesto di Assisi. Il riferimento è al documento messo a punto nel 2020, con le firme di istituzioni, imprese e associazioni, che invita a superare la crisi climatica attraverso un'economia più sostenibile, ispirandosi all'enciclica "Laudato Si" di Papa Francesco e al messaggio di San Francesco d'Assisi. In particolare, il manifesto delinea una roadmap per arrivare ad azzerare le emissioni nette di gas serra entro il 2050.

Document 2

La Campania regina della moda, ma la sartoria napoletana rischia il vuoto generazionale *tratto da : agro24.it 14 aprile 2025*

La Campania si conferma come il secondo polo produttivo della moda in Italia, con oltre 27mila imprese attive e un fatturato che nel 2024 ha superato i 15 miliardi di euro. Un'eccellenza riconosciuta a livello internazionale, ma che nasconde una crescente fragilità: la mancanza di giovani artigiani disposti a raccogliere il testimone di un sapere antico. A lanciare l'allarme sono Giuseppe e Massimiliano Attolini, eredi di una storica casa sartoriale fondata nel 1930 e oggi punto di riferimento a livello mondiale, con sede a Casalnuovo. Il loro marchio ha vestito capi di Stato, attori, imprenditori e firmato abiti per produzioni come *The New Pope*, *House of Gucci* e *La grande bellezza*, vincitrice dell'Oscar nel 2014. Oggi l'azienda conta 160 artigiani altamente specializzati, esporta il 90% della produzione e dedica 25 ore alla realizzazione di una giacca, 33 per un abito completo, cuciti interamente a mano. Ma il futuro è incerto. "La difficoltà a trovare manodopera non è solo nostra, è un problema di sistema", spiega Giuseppe Attolini. "I giovani non sono attratti da questo lavoro. Non vedono prospettive e nessuno glielo offre. Oggi si cercano guadagni facili e percorsi rapidi".

Nonostante gli sforzi per ringiovanire il personale e investire in nuove leve, il problema resta. "Abbiamo bisogno di manodopera per mantenere standard qualitativi e volumi produttivi. Ma soprattutto serve una visione comune. Ci siamo sempre augurati un'interlocuzione con la Regione, ma nessuno è mai venuto ad ascoltarci", aggiunge Massimiliano Attolini. Per questo motivo l'azienda ha deciso di agire da sola, avviando la creazione di una scuola sartoriale interna, dove saranno gli stessi artigiani a formare i giovani. "È l'unico modo per trasmettere concretamente questo mestiere", spiegano.

Secondo Giuseppe Attolini, servono misure concrete per invertire la rotta: "Programmi di assunzione legati alla formazione, sgravi fiscali per chi assume under 30, accesso facilitato al credito per i giovani lavoratori. Se un ragazzo ha un contratto e una prospettiva reale, può scegliere anche un mestiere come il nostro. Ma senza nulla, è impossibile attrarre". "La moda italiana – conclude – non può esistere senza chi la realizza. Siamo un popolo che costruisce, non solo che consuma. Ma se non costruiamo un futuro per i nostri giovani, questo mestiere è destinato a scomparire". E il rischio, stavolta, è più che concreto.

Document 3

[Pour le gouvernement, qui a fait de la défense du « made in Italy » l'un de ses chevaux de bataille, l'affaire est pour le moins embarrassante. Les grandes marques du luxe italien telles que Gucci, Versace, Dolce & Gabbana ou encore Ferragamo sont dans le collimateur de la justice pour le fait de travailler avec des sous-traitants qui ne respectent pas la dignité de certains de leurs employés. Jeudi 4 décembre, le parquet de Milan a annoncé l'extension d'une enquête, ouverte en 2024, à 13 grands noms de la mode. Dans la région de Florence, où se trouvent de nombreux ateliers à destination de grandes griffes, des ouvriers chinois mais aussi pakistanais ou sénégalais travaillent à des cadences infernales pour des salaires de misère. « Le caporalato ne peut devenir la règle dans le secteur de la mode, où les sous-traitants continuent d'exploiter la misère humaine », explique Alessandro Picchioni, responsable de la fédération des ouvriers du textile à la CGIL¹.]

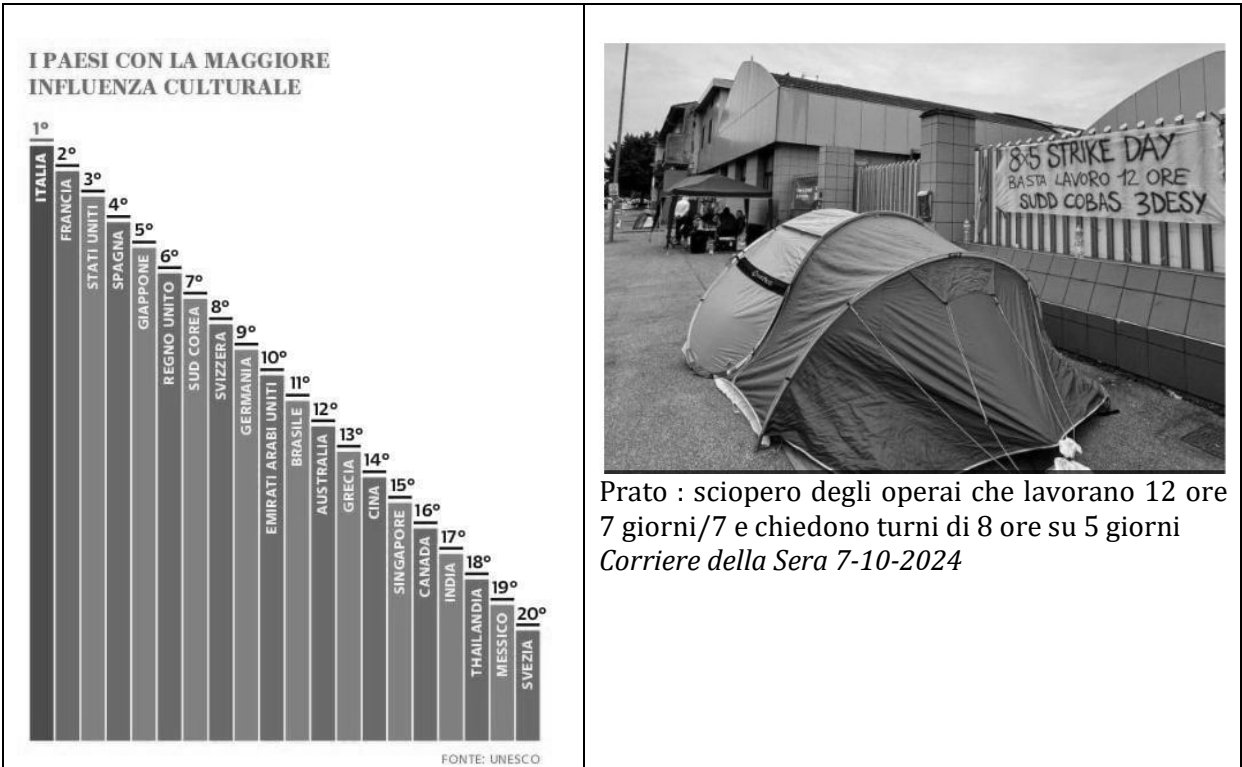
Cette affaire qui éclabousse le secteur du luxe a lieu alors que se joue en parallèle une bataille législative au Parlement : la majorité propose une modification du code du travail, en particulier de la loi 231 sur la responsabilité des entreprises. Selon la loi actuelle, les marques peuvent être tenues

¹ CGIL : Confederazione Generale Italiana del Lavoro (sindacato)

pénalement responsables pour les infractions commises par leurs sous-traitants. Or le projet de loi actuellement en discussion vise, selon ses détracteurs, à limiter la responsabilité sociale des entreprises donneuses d'ordre. *« L'industrie de la mode vit dans une incroyable schizophrénie, ont dénoncé dans un communiqué commun les syndicats. D'un côté, il y a l'excellence du "made in Italy" et, de l'autre, la recherche du profit maximal avec la minimisation des coûts, l'exploitation des travailleurs et travailleuses, la violation de leurs droits. »*

D'après En Italie, des sous-traitants de marques de luxe « continuent d'exploiter la misère humaine », Olivier Bonnel, in Le Monde, 5 décembre 2025

Document 4



LVB PORTUGAIS

Ce sujet comporte les 5 documents suivants :

Document 1 – « Culturas alimentares: identidades, trânsitos e metamorfoses », artigo de Paula Guerra e Kadma Marques, in *O Público e o Privado*, nº32, 2018.

Document 2 – « Gastronomia de Fusão: uma viagem pelos sabores do mundo », no Jornal de Curitiba (Brasil), Coluna « Falando de Comida », escrito em 07/10/2024.

Document 3 – « Portrait de Louise Bourrat » – *Newsletter*, Saison France Portugal, 29 août 2022 – Institut français de Lisbonne (adapté)

Documents 4 et 5 – Photographies « Cuisine Fusion et Globalisation des produits »

Document 4 : « Ragoût de haricots rouges d'Alessandro Furtado ; ananas aux fourmis rouges... De jeunes chefs brésiliens réinterprètent la gastronomie nationale ». Source : Photo du chef Furtado, Bistro Paradis, à Paris, *Le Monde*, 6/12/2021.

Document 5 : « *Um pastel de nata e um café, por favor* ». Source : « Pastel de Nata, l'histoire du petit flan portugais qui a conquis le monde », *Le Figaro*, 19/08/2022.

I - COMPRÉHENSION : RÉSUMÉ ANALYTIQUE COMPARATIF

Répondre dans la langue cible à la question posée en 250 mots (+ ou - 10%) en identifiant et en comparant les informations pertinentes dans les documents 1 et 2 du dossier, sans commentaire personnel ni paraphrase.

Será que a comida é a imagem da memória nacional e da sociedade globalizada?

II - EXPRESSION PERSONNELLE : ESSAI ARGUMENTÉ

Répondre dans la langue cible à la question posée en 350 mots (+ ou - 10%), en réagissant au contenu du dossier, sans paraphraser celui-ci, tout en développant son opinion personnelle. Vous devez illustrer votre argumentation avec des exemples culturels, civilisationnels et/ou historiques du monde du monde lusophone.

« Os indivíduos *comem* cultura. Isto é, a comida deve ser entendida como uma construção cultural », você concorda com essa afirmação?

III - TRADUCTION DU FRANÇAIS EN PORTUGAIS (THÈME)

Traduire uniquement la partie du texte indiquée en français en gras et entre crochets.

De [Durant tout le concours... à ...dans sa cuisine.]

« Culturas alimentares: identidades, trânsitos e metamorfoses », artigo de Paula Guerra e Kadma Marques, in *O Público e o Privado*, nº32, 2018.

A comida nunca esteve tão presente nas nossas sociedades como hoje. São constantes estudos sobre qual melhor alimentação para curar toda e qualquer doença; as várias dietas e livros e blogues que as acompanham; o *MasterChef Brasil* e os seus derivados em que a gastronomia é o personagem principal; os vários canais dedicados à gastronomia, como o *Food Channel* e o *24 Kitchen*. Eve Turow inventou em 2015 o termo “geração Yum” para caracterizar os jovens americanos obcecados por comida e gastronomia. Outros analisam as profundas relações entre alimentação e sexualidade que encontramos hoje em dia. O que faz com que muitos até criaram o termo *food porn*. Ora, o que muitas vezes falta, é uma análise sustentada do que tudo isto implica.

Os rituais e simbolismos associados à alimentação, e formas de comer, provam que o ato de comer está longe de ser apenas uma necessidade biológica; existem também fortes imperativos sociais. Essa atividade remete também para determinadas práticas de poder. Quer dizer, as pessoas conseguem se distinguir socialmente a partir do que comem e da forma como o fazem, sendo que o distintivo e o vulgar variam conforme as épocas históricas e culturais.

A comida é também um elemento central na questão da identidade nacional. Trata-se de um forte marcador de pertença¹, oferecendo um sentimento coletivo, e de diferenças, permitindo distinguir os países pelos seus gostos gastronómicos e rituais de comensalidade (verdadeiros ou idealizados). Por exemplo, os portugueses comem *bacalhau*, os franceses *rás*² e os escoceses *haggis*, e por aí adiante.

O que pretendemos dizer é que a comida é algo universal a todos os seres humanos e algo que os define. As escolhas³ neste âmbito⁴ manifestam identidades sociais profundas. A comida é na verdade alimento culturalizado. Os indivíduos *comem* cultura. Isto é, a comida deve ser entendida como uma construção cultural. Por alguma razão não comemos tudo o que é biologicamente passível de ser ingerido. A razão é que o biologicamente passível de ser ingerido nem sempre ser culturalmente permitido ou aceitável. De igual modo, devemos não esquecer que somos os únicos seres vivos que produzem comida que não existe na natureza.

Uma das melhores formas de analisar a questão das práticas alimentares é através da relação entre alimentação e memória. As práticas alimentares revelam em que cultura o indivíduo está inserido. O ato de comer, especialmente através dos cheiros e sabores, transmite poderosas pistas mnemónicas que nos acompanham para toda a vida. Comer pode ser um ato privado, sim, mas na maioria das situações encontra-se integrado num conjunto de rituais (comer juntos, banquetes, trocas recíprocas), ou, mais prosaicamente, em contextos de compra e venda de comida. Trata-se de um fator explicativo para o poder simbólico da comida. A nossa memória tem sempre uma dupla característica social e colectiva e, mesmo quando estamos comendo sozinhos fisicamente, nunca deixamos de ter connosco os quadros sociais, as representações sociais que nos influenciam.

O mesmo acontece ao nível da alimentação. Os nossos hábitos alimentares são convenções que se foram transformando numa memória cultural. Isto é, os nossos hábitos alimentares podem mudar conforme crescemos, mas as memórias e a aprendizagem alimentar primária fica sempre na nossa consciência.

Ora um fator que alterou muito a análise sociológica da alimentação nessas duas décadas foi o processo da globalização. Como é visível em qualquer supermercado, a globalização mudou radicalmente o panorama alimentar do mundo. E a globalização provocou dois processos muito ambivalentes. O primeiro é o medo de se perder a função socializadora da comida, porque se perde a diversidade alimentar: não sabemos qual é a proveniência e o modo de produção de tal alimento, comemos comida sem alma, uniformizada e anónima. O segundo é um movimento de resistência, com o surgimento e fortalecimento de movimentos regionais ou nacionais de defesa da tradição culinária.

¹ Appartenance.

² Grenouilles.

³ Choix.

⁴ Domaine.

« Gastronomia de Fusão: uma viagem pelos sabores do mundo », no Jornal de Curitiba (Brasil), Coluna « Falando de Comida », escrito em 07/10/2024.

Hoje quero falar sobre um assunto que nos últimos tempos tem tomado bastante relevância⁵ no mundo gastronômico. Falo da *gastronomia de fusão*. Ela emerge como um dos movimentos culinários mais intrigantes e transformadores da era contemporânea.

Caracterizada pela combinação de ingredientes, técnicas e tradições de diferentes culturas, a fusão não é apenas um fenômeno moderno, mas o reflexo de séculos de interações culturais, trocas comerciais e influências coloniais ao redor do mundo.

Embora o conceito de fusão possa parecer recente, ele tem raízes bem antigas. A colonização europeia, as rotas de especiarias e a globalização sempre tiveram um papel significativo na mistura de cozinhas. Um exemplo precoce de fusão culinária pode ser encontrado na cozinha crioula das Américas, que mistura elementos africanos, indígenas e europeus. Outro exemplo é a gastronomia japonesa adaptada às influências portuguesas no século XVI, com a introdução de técnicas de fritura, como o famoso “tempura”. No entanto, a fusão, como entendida no cenário contemporâneo, ganhou proeminência nos anos 1980, especialmente nos Estados Unidos.

Diversas cozinhas se destacam no contexto da gastronomia de fusão, sendo adaptadas e reinterpretadas por chefs ao redor do mundo. A cozinha japonesa, por exemplo, foi amplamente combinada com elementos franceses, resultando em pratos muito sofisticados que misturam a delicadeza oriental com as técnicas refinadas da culinária ocidental.

A culinária peruana tem sido um ponto de encontro entre as tradições indígenas, espanholas, africanas e japonesas, culminando em um dos movimentos gastronômicos mais dinâmicos e criativos da atualidade. A chamada culinária Nikkei ganha muita força e popularização ; inclusive aqui, no Brasil, não param de surgir restaurantes com esta temática nas principais capitais do nosso país.

O futuro da gastronomia de fusão é promissor, impulsionado pela globalização, pela curiosidade crescente dos consumidores e pela busca incessante por novas experiências sensoriais. Com o aumento do acesso a ingredientes exóticos e técnicas culinárias de diferentes partes do mundo, chefs têm um leque⁶ praticamente ilimitado de possibilidades.

Um ponto que chama a nossa atenção sobre o assunto são os movimentos em direção à inclusão de ingredientes locais em combinações globais. A valorização da biodiversidade e da cultura alimentar de pequenas comunidades pode ser integrada de maneira mais harmônica em pratos internacionais, criando uma fusão que celebra a autenticidade ao mesmo tempo que promove inovação.

De um modo geral podemos dizer que a gastronomia de fusão é, em última análise, um espelho⁷ da sociedade globalizada, onde fronteiras culturais são desafiadas⁸ e onde novas formas de expressão emergem.

⁵ Importance.

⁶ Éventail.

⁷ Espelho – miroir.

⁸ Desafio (défi), *desafiadas* : mises au défi.

Document 3

« Portrait de Louise Bourrat » – Newsletter, Saison France Portugal, 29 août 2022 – Institut français de Lisbonne (adapté).

Fière de ses origines franco-portugaises, Louise Bourrat a marqué la dernière édition de Top Chef !

Cela faisait 10 ans qu'une femme n'avait pas gagné Top Chef. La pression était forte lors de la finale du concours culinaire télévisé le plus célèbre.

La jeune femme, née en 1994 d'une mère portugaise et d'un père lyonnais, a fait ses classes dans de nombreux restaurants. Après un BTS hôtellerie restauration, elle se forme auprès d'Alain Ducasse, travaille dans des restaurants étoilés et des bistrots gastronomiques. Puis décide de partir en Angleterre et au Chili. Elle revient en Europe et se pose à Lisbonne où son frère a ouvert un restaurant, le *Bou.bou's*.

[Durant tout le concours, elle a souvent fait référence à sa grand-mère portugaise, qui lui a donné le goût des bonnes choses. C'est pour elle que Louise Bourrat réinterprète les classiques de la cuisine portugaise et séduit les chefs. Mais pas toujours sa grand-mère : « Elle est à l'ancienne, elle ne connaît rien à part la gastronomie portugaise et, dès que je fais quelque chose différemment, elle dit que je fais n'importe quoi » explique Louise Bourrat.

La jeune cheffe impose son style et ses convictions. Le féminisme d'abord, elle, qui a souffert d'être une femme dans un milieu très masculin, a fini par constituer dans son restaurant une équipe uniquement féminine. L'écologie ensuite. Cette adepte du « zéro déchets » aimerait ouvrir un restaurant à la campagne, pour cultiver ses propres produits et les travailler directement dans sa cuisine.]

Documents 4 et 5 : Cuisine Fusion ; Globalisation des produits

Document 4 : « Ragoût de haricots rouges d'Alessandro Furtado ; ananas aux fourmis rouges... De jeunes chefs brésiliens réinterprètent la gastronomie nationale ». Photo du chef Furtado, Bistro Paradis, à Paris, *Le Monde*, 6/12/2021.



Document 5. « *Um pastel de nata e um café, por favor* »

Source : « Pastel de Nata, l'histoire du petit flan portugais qui a conquis le monde »,
Le Figaro, 19/08/2022.



LVB RUSSE

Ce sujet comporte les 5 documents suivants :

Document 1 – Article : Счастье по-русски: как в России понимают счастье?

Document 2 – Article : Учёные России и мира о том, как стать счастливее

Document 3 – Image : Как менялся индекс счастья в России

Document 4 – Image : Рейтинг счастливых стран

Document 5 – Article : « Heureux mais stressés » : les Français, champions du bonheur inquiet

I - COMPRÉHENSION : RÉSUMÉ ANALYTIQUE COMPARATIF

Répondre dans la langue cible à la question posée en 250 mots (+ ou - 10%) en identifiant et en comparant les informations pertinentes dans les documents 1 et 2 du dossier, sans commentaire personnel ni paraphrase.

Что думают сегодня о счастье лингвисты, социологи и психологи в России и мире ?

II - EXPRESSION PERSONNELLE : ESSAI ARGUMENTÉ

Répondre dans la langue cible à la question posée en 350 mots (+ ou - 10%), en réagissant au contenu du dossier, sans paraphraser celui-ci, tout en développant son opinion personnelle. Vous devez illustrer votre argumentation avec des exemples culturels, civilisationnels et/ou historiques du monde russophone.

Согласны ли вы, что в России есть оригинальная идея счастья, и если да, то похожа ли она на вашу концепцию счастья?

III - TRADUCTION DU FRANÇAIS EN RUSSE (THÈME)

Traduire uniquement la partie du texte indiquée en français en gras et entre crochets [.....].

De [73 % des Français disent qu'ils sont heureux... à ...un élément majeur de stress].

Счастье по-русски: как в России понимают счастье?

Елена Матвеева
«Комсомольская правда»
29 марта 2025

В марте был опубликован глобальный рейтинг стран с точки зрения счастья их жителей. Самые счастливые люди живут в Финляндии: она уже шестой год находится на первом месте. Россия же, несмотря на географическую близость, занимает только 66-е место. Как можно объяснить эту позицию России? Вот что об этом думают учёные.

В 2013 году они сделали лингвистический анализ: они изучили, что значит слово «счастье» в словарях тридцати языков. В 24 странах, в том числе и в России, слово «счастье» значит в первую очередь «шанс, удача». Но есть и страны, где счастье понимают как «комфортную, удобную жизнь».

Учёные думают, что жители стран, где под словом «счастье» понимается «комфорт, удобство», считают счастье реальным проектом в жизни и принимают рациональные решения, чтобы стать счастливее. Тогда как жители стран, где слово «счастье» - это синоним слова «шанс», не ставят целью своей жизни счастье, так как для них не может быть простого, рационального плана, чтобы стать счастливым.

Ещё один вывод исследования: быть счастливым в России немного стыдно. Как объясняет лингвист Александр Потёбня, в русскоязычной культуре счастье кажется лимитированным ресурсом, как будто в мире очень мало счастья. Если один становится счастливее, то другой обязательно становится более несчастным.

Неудивительно, что при этом в русскоязычной культуре люди немного боятся быть счастливыми, счастье провоцирует страх, потому что оно всегда идёт вместе с несчастьем. В России говорят, например, «Не было бы счастья, да несчастье помогло».

Вполне логично, что такие взгляды не мотивируют к конкретным активностям, чтобы стать счастливым.

Рядом с культурными и лингвистическими причинами есть и другие. Социально-экономические или политические кризисы в России происходят в среднем каждые 5—10 лет, и это серьёзно уменьшает чувство счастья россиян. На самом деле кризисы могут иметь серьёзные и долгие результаты для психики.

Социологи показывают: любые негативные трансформации в экономике приводят к увеличению депрессии. Некоторые учёные также думают, что, если трансформации очень сильные и драматичные, они могут спровоцировать и другие болезни.

Негативный эффект имеет состояние нестабильности. Учёные открыли, что для счастья важны не только радость, но и такие эмоции, как спокойствие и гармония. Анкеты показывают: в турбулентные годы счастливых людей становится меньше.

Первый анализ счастья Российский социологический центр организовал в 1990 году. Тогда счастливыми себя считали 17% людей. Но уже в 1992 году, в период политического и экономического кризиса, такими себя считали только 2% жителей России. Учёные задавали такой вопрос: «В жизни бывают разные ситуации — и хорошие, и плохие. Но, если говорить в целом, вы счастливы или нет?» Возможные варианты — «да, счастлив» и «нет, несчастлив». Потом эксперты считали и сравнивали позитивные и негативные ответы.

Такого плохого результата, как в 1992 году, в России больше никогда не было, но в периоды кризисов результат всегда меняется. Так, с 1999 по 2008 год число счастливых людей в России увеличивалось, вот почему в марте 2008 года индекс счастья был уже 62 пункта. Когда же начался экономический кризис — снизился до 48 пунктов.

Похожие уменьшения индекса счастья, хотя и не такие большие, социологи зафиксировали в конце 2014 года и в 2022 году. Если в апреле 2014 года индекс счастья был 64 пункта, то к ноябрю упал до 59 пунктов. А в конце 2021 года индекс счастья был равен 71 пункту, но в марте 2022 снизился до 68 пунктов.

Учёные России и мира о том, как стать счастливее

Гульнара Краснова
«Экономика и жизнь»
18 апреля 2025

В XXI веке вопрос о человеческом счастье переехал из философских трактатов в научные лаборатории. Тысячи учёных пишут статьи и книги о том, как сделать свою жизнь лучше. Они поняли, что многое зависит не только от экономики, социальной ситуации, но и от психологии, потому что есть много стран мира, в которых экономическая ситуация плохая, но люди в них считают себя счастливыми.

Впервые экстраверсию и интроверсию описали ещё в начале XX века, но и сегодня учёные не теряют интерес к этой теме. Одно из новых открытий: экстраверты обычно счастливее интровертов. Российские психологи даже предлагают такую гипотезу: «Счастье — это стабильная экстраверсия». По их мнению, на счастье, а также на физическое и ментальное здоровье, больше всего влияют близкие люди, а не карьера или успехи. Но это не значит, что интроверты всегда будут несчастными. Они могут увеличить свой уровень счастья. Например, если будут иметь больше социальных контактов. Это не очень просто, но результаты очень хорошие.

Каждый год ООН публикует статью, в которой эксперты анализируют данные на тему счастья. В прошлом году они указали на важную для понимания счастья деталь: быть счастливым — не значит быть радостным. Диапазон эмоций, из которых рождается идея счастья, гораздо шире, чем просто радость. Не менее важны спокойствие и гармония. Всё это — индикаторы эмоциональной стабильности. Как указывают учёные, эмоциональная стабильность — это результат отличной адаптации к жизни. Именно она помогает правильно относиться к плохим новостям, стрессу, а значит, делает человека счастливее. Эмоциональная стабильность формируется в детстве, но её можно как потерять, так и развить. Это зависит от того, как человек смотрит на мир, от его социальных контактов, а также от стратегий в стрессовых ситуациях и кризисах.

Талант видеть во всех жизненных ситуациях позитивные моменты и верить в хеппи-энд — это типично для оптимистов. Этот талант серьёзно помогает иметь больше счастья. Оптимизм — это тенденция считать негативные события временными и случайными. Оптимист верит: хорошие события — это норма, они происходят всегда. И благодаря этому он лучше справляется с любым стрессом и чувствует себя счастливее, чем пессимист. Но полностью отказываться от пессимизма тоже не стоит — в некоторых обстоятельствах он полезнее оптимизма. Например, когда речь идёт о здоровье. Как показывают исследования, оптимистичный человек меньше боится таких вредных привычек, как, например, курение или алкоголизм.

Умение говорить спасибо стимулирует выработку гормонов счастья — дофамина и серотонина, а также снижает уровень кортизола — гормона стресса. При этом некоторые люди говорят спасибо жизни регулярно — это деталь их характера. Они могут радоваться тому, что другие считают обычной ситуацией. Они даже говорят спасибо жизни за проблемы и неудачи — и благодаря этому могут находить силы, чтобы думать более оптимистично. Всё это, скорее всего, и делает таких людей более счастливыми, считают учёные. Они советуют культивировать эту характеристику. Российские учёные попросили участников раз в неделю записывать что-то хорошее, за что им хочется сказать спасибо — и уровень счастья тех, кто это делал, увеличился.

В 2016 году исследователи из Японии решили рассмотреть счастье с точки зрения эволюционной психологии. По их мнению, человеческий интеллект — это психологический механизм для решения проблем, которые преподносит жизнь. Люди с высоким интеллектом

лучше решают новые проблемы. Отсюда гипотеза о том, что умные более счастливы. Группа российских учёных также обнаружила, что люди с более высокими когнитивными характеристиками имеют в среднем и более высокий уровень счастья.

Любопытные люди, как правило, чувствуют себя счастливыми, говорят психологи. Они опросили более 300 российских студентов и поняли, что любопытные студенты — счастливы, а нелюбопытные — недовольны жизнью и имеют депрессивные мысли. Верно также, что чем более человек счастлив, тем он любопытнее. Скорее всего, это связано с тем, что для изучения чего-то нового нужно чувствовать себя в безопасности. Поэтому первый совет тем, кто хочет стать счастливее — бывать в новых местах и контактировать с разными людьми, особенно с теми, с кем вы обычно не говорите, вроде официантов в кафе. Ещё полезно изучать темы, которые находятся вне зоны ваших интересов.

Document 3

Газета «Аргументы и факты», март 2025

Как менялся индекс счастья в России

Чем выше значение индекса, тем счастливее россияне себя ощущают



Document 4

Газета «Коммерсант», апрель 2025

РЕЙТИНГ МИРОВОГО СЧАСТЬЯ ПО СТРАНАМ		
1		Финляндия
2		Дания
3		Исландия
4		Швеция
5		Нидерланды
6		Коста-Рика
7		Норвегия
8		Израиль
9		Люксембург
10		Мексика

Источник: Gallup Analytics

Document 5

« Heureux mais stressés » : les Français, champions du bonheur inquiet

Publié le 20 mars 2025

L'Essentiel de l'Echo

Julien Decourt

73 % des Français se disent heureux, mais seuls 29 % croient en un avenir meilleur. Pourquoi un tel paradoxe ? Chaque année, la Journée du bonheur est l'occasion d'évaluer l'état d'esprit des populations à travers le globe. L'étude Ipsos Happiness Index 2025 révèle un paradoxe étonnant.

[73 % des Français disent qu'ils sont heureux. Pourtant, seulement 29 % estiment que leur vie s'améliorera dans l'avenir. Ce paradoxe n'est pas nouveau en France. Déjà en 2019, un sondage montrait que seuls 15 % des Français pensaient que la situation économique du pays allait s'améliorer. Les résultats sociologiques montrent que les Français sont heureux quand ils sont avec leurs familles et leurs amis. La moitié citent la famille et les enfants comme leur principale raison de bonheur, 29 % évoquent l'amitié et l'amour. La maison est également un élément important dans leur idée de bonheur. On dit souvent que l'argent est très important pour le bonheur, mais un quart des Français citent leur situation financière comme un facteur principal de leur joie de vivre, alors que la moitié la nomme comme un élément majeur de stress.]

Malgré l'inflation et les inquiétudes liées au pouvoir d'achat, la France reste un pays relativement protégé par un filet social solide. Comparée à d'autres pays du G7, elle bénéficie d'un système de santé universel, d'aides sociales conséquentes et d'un modèle de retraite plus généreux que dans de nombreux autres pays industrialisés.

