

**CONCOURS EXTERNE DE RECRUTEMENT
D'ADJOINT ADMINISTRATIF
SESSION 2007**

Epreuve écrite d'admissibilité n°1 :

Elle consiste à partir d'un texte d'ordre général d'une page au maximum ou de 300 à 350 mots, en la réponse à 6 à 8 questions destinées à vérifier les capacités de compréhension du candidat et son aptitude à retranscrire et ordonner les idées principales du texte.

Durée : 1h 30 - coefficient 3

Ce sujet comporte 3 pages numérotées de 1 à 3.

Assurez-vous que cet exemplaire est complet.

S'il est incomplet, demandez un autre exemplaire au chef de salle.

L'usage de tout document est interdit.

L'usage de toute calculatrice est interdit.

Il vous est rappelé que votre identité ne doit figurer que dans la partie supérieure de la bande en tête de la copie (ou des copies) mise(s) à votre disposition. Toute mention d'identité portée sur toute autre partie de la copie entraînera l'annulation de votre épreuve.

HYPHER DEPENDANCE

5 Avant, vous étiez une « *consommatrice anonyme* », et puis vous avez « *eu envie d'exister* », alors vous êtes allée chez Super U, parce que, « *pour ce qui est de la vie de tous les jours, c'est important de pouvoir choisir* » (chez Auchan) et « *quand les courses sont plus faciles, la vie peut l'être davantage* » (chez Champion), surtout que « *la vie chère a du souci à se faire* » (chez Intermarché).

10 Chouette, la grande distribution est arrivée à la télé ! Il n'y a pas si longtemps, pour subir un tel matraquage, il vous fallait prendre la voiture, franchir pas mal de ronds-points, ne pas rater la bretelle, passer le lotissement, et pénétrer dans le monde merveilleux des panneaux publicitaires du périurbain : « *Plus facile, la vie* », « *Meilleur choix* », « *Envie d'exister* »... Maintenant, c'est la télé qui ressemble à la France ; avant d'entrer dans le pays enchanté du 13 heures de TF1, monde immuable de savetiers du
15 Jura, crottins de Chavignol et cantous du Périgord, la télé vous fait passer par une sorte de périphérie, avec des spots jumeaux des panneaux : à 12h47 « *Plus facile, la vie* », 12h51 « *Meilleur choix* », 12h56 « *Envie d'exister* »...

Lorsqu'on a appris qu'au 1er janvier la grande distribution n'avait plus interdiction de se vendre sur le petit écran, on s'est d'abord emporté contre les injonctions de Bruxelles
20 sommant l'Etat français de mettre fin à cette petite exception culturelle. [...]

On a depuis appris que la grande distribution, premier annonceur de France, tous supports confondus, devant l'automobile et la téléphonie, n'augmentera pas beaucoup son budget publicitaire, ce qui signifie qu'elle investira moins la presse écrite ou la radio ; TF1, gigamarché de la conso et du développement pas durable, profitera de
25 l'arrivée de ces nouveaux investisseurs pour augmenter le tarif de ses spots ; du coup, les annonceurs de taille moyenne, tenez, par exemple des producteurs d'objets culturels, des DVD, des disques, renonceront peut-être définitivement à la télé pour se reporter sur la presse écrite ou la radio. Qui s'en plaindra ?

30 Vincent Rémy, Télérama, n°2974 du 10 janvier 2007

Questions

- 1) Expliquez l'intitulé « Hyper dépendance » et donnez un autre titre à cet article. (4 points)
- 2) A qui s'adresse le « *vous* » à la ligne 4 ? (2 points)
- 3) Pourquoi certaines expressions sont-elles en italique dans le premier paragraphe ? (1 point)
- 4) Quel aspect du journal télévisé de TF1 est critiqué dans le texte ? (1 point)
- 5) Sur quelle opposition est fondé l'article ? (1 point)
- 6) Quelle hypothèse optimiste formule l'auteur de l'article ? (2 points)
- 7) Relevez au moins six mots ou expressions qui confèrent au texte un caractère ironique. (3 points)
- 8) Expliquez et commentez les mots ou expressions suivantes : (6 points)
- a) « *un tel matraquage* » (ligne 10)
 - b) « *des panneaux publicitaires du périurbain* » (ligne 12)
 - c) « *monde immuable* » (ligne 14)
 - d) « *les injonctions* » (ligne 19)
 - e) « *cette petite exception culturelle* » (ligne 20)
 - f) « *gigamarché de la conso* » (ligne 24)
-

**CONCOURS EXTERNE DE RECRUTEMENT
D'ADJOINT ADMINISTRATIF
SESSION 2007**

Epreuve écrite d'admissibilité n°1 :

Elle consiste à partir d'un texte d'ordre général d'une page au maximum ou de 300 à 350 mots, en la réponse à 6 à 8 questions destinées à vérifier les capacités de compréhension du candidat et son aptitude à retranscrire et ordonner les idées principales du texte.

CORRIGE

1) Ce titre peut être compris de deux manières différentes :

Soit « hyper » est utilisé avec sa valeur de préfixe (on aurait pu s'attendre à ce qu'il soit lié au nom cependant). Il sert alors à exprimer l'exagération, l'excès, le plus haut degré. « Hyper dépendance » signifie donc extrême dépendance.

Soit « hyper » peut être considéré comme l'abréviation courante d'hypermarché. A ce moment là, le titre pourrait être reformulé de la manière suivante : la dépendance aux hypermarchés.

Dans les deux cas, le terme « dépendance » renvoie à un état d'assujettissement très fort. _

Le titre de l'article est à l'origine précédé du surtitre suivant : « La publicité pour la grande distribution envahit la télé ». « L'invasion de la télé par la publicité pour la grande distribution » serait un titre possible. _

2) Le pronom personnel « vous » au début d'un texte s'adresse aux téléspectatrices-consommatrices-lectrices. _

3) Dans le premier paragraphe, certaines expressions sont en italique car ce sont des citations : l'auteur intègre dans son article des slogans de supermarchés et autres hyper. _

4) L'auteur critique la tendance du journal de TF1 à diffuser inmanquablement des sujets régionaux convenus, de peu d'épaisseur. _

5) Sur l'opposition entre le monde avant l'arrivée de la publicité à la télé (avant le 1er janvier) et maintenant. Cette évolution a provoqué un renversement, « la télé ressemble à la France ». _

6) Chaque chose à sa place, les objets culturels vont peut-être devoir, par la force des choses, se tourner vers la presse écrite ou la radio.

7) Les mots et expressions qui confèrent au texte un caractère ironique sont :

« Chouette, la grande distribution est arrivée à la télé ! », « subir un tel matraquage », « le monde merveilleux des panneaux publicitaires du périurbain », « le pays enchanté du 13 heures », « monde immuable de savetiers du Jura, crottins de Chavignol et cantous du Périgord »... _

8) - « un tel matraquage » (ligne 10) : répétition fréquente et systématique des messages publicitaires, on ne peut leur échapper.

- « panneaux publicitaires du périurbain » (ligne 12) : les panneaux qui se trouvent aux abords immédiats de la ville, dans les zones commerciales périphériques.

- « monde immuable » (ligne 14) : monde qui ne bouge pas.

- « les injonctions » (ligne 19) : les ordres de Bruxelles.

- « cette petite exception culturelle » (ligne 20) : l'interdiction faite à la grande distribution de se vendre sur petit écran était une particularité de la France qui appartient pourtant à l'Europe.

- « gigamarché de la conso » (ligne 24) : la chaîne TF1 est une chaîne dont le principal souci est de vendre des écrans publicitaires. _