

GX832

OLLSCOIL NA hÉIREANN, GAILLIMH
NATIONAL UNIVERSITY OF IRELAND, GALWAY
FOURTH COMMERCE EXAMINATION
SEMESTER II, 1998 -1999
PAPER I
FRENCH - FR356

Professor M. Sheringham, Professor Ó Gormaille, Mr. R. Cooke

Time allowed: 2 hours.

Répondre en français à toutes les questions:

I. Thème: Traduire le texte ci-dessous en français (50)

You would have to be deaf and blind not to know that *Astérix and Obélix against Caesar* will invade cinemas across France today. With a 274 million franc (£33 million) turnover the screen version of the classic comic strip by Goscinny and Uderzo is the most expensive French-language film ever made, heralded by a media blitz commensurate with its cost. Nearly 300 million Astérix comic books have been sold throughout the world, making the fictional discoverer of America and inventor of tea and French fries the planet's best-known Frenchman. Since Christmas 2,000 Paris newspaper kiosques have been plastered with posters of Gérard Depardieu, Christian Clavier and Laetitia Casta. Paris Match published 14 pages of photographs from the movie and the evening television news regularly broadcasts excerpts. For the success - or failure of Astérix is a question of French national pride. The fact that France financed only 40% of the budget (German companies paid 40% and the Italians the last 20%) is rarely mentioned. French film makers are counting on the story of a village in ancient Gaul resisting Roman legions to resuscitate their ailing, heavily subsidised industry. In 1998, only 26% of French box office earnings came from French films.

Lara Marlowe in *The Irish Times*, February 3rd, 1999.

.../...

II. Version: Traduire le texte ci-dessous en anglais (50)

Le roman vrai du marketing

De nos jours, on croit qu'il set bon de vouloir combler ses désirs. Ainsi sont nés l'Homo consumieris et... le marketing, selon un prof de Harvard. Vous entrez dans un entrepôt, attiré par les prix; à la porte, un préposé vous fait un aimable sourire et vous oriente. Dès ce moment, vous travaillez pour Réno-Dépôt, vous êtes leur employé, vous transbahutez vous-même la marchandise des tablettes à la caisse puis à votre voiture. Les prix sont bas parce que vous acceptez volontiers d'accomplir les tâches autrefois dévolues aux quincaillers. Marketing. Le Club Price vous fait le même coup et vous fidélise par abonnement. Marketing. Un petit marchand donne à sa boutique un air champêtre, vous appelle par votre prénom et vous vend cher ses produits importés. Marketing. Radio Canada remplace votre émission favorite par la diffusion d'un événement sportif. Marketing. Publicité. Profits. Commerce. Nous vivons dans une culture où le mot marketing est prononcé vingt fois par jour. Il n'est donc pas sans intérêt de mettre sa main sur un livre utilisé comme manuel par les étudiants d'un professeur de la Harvard Business School dans lequel Richard S. Tedlow raconte l'histoire du marketing, qui est celle de notre société marchande.

Jacques Godbout dans *L'Actualité*, septembre 1997.