

WPISUJE ZDAJĄCY	
KOD	PESEL
<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

*Miejsce  
na naklejkę  
z kodem*

dysleksja

**EGZAMIN MATURALNY  
Z JĘZYKA FRANCUSKIEGO**

**DLA ABSOLWENTÓW KLAS DWUJĘZYCZNYCH**

**MAJ 2014**

**Instrukcja dla zdającego**

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 17 stron (zadania 1 – 10). Ewentualny brak zgłoś przewodniczącemu zespołu nadzorującego egzamin.
2. Część pierwsza arkusza, sprawdzająca rozumienie ze słuchu, będzie trwała około 30 minut i jest nagrana na płycie CD.
3. Pisz czytelnie. Używaj długopisu/pióra tylko z czarnym tuszem/atramentem.
4. Nie używaj korektora, a błędne zapisy wyraźnie przekreśl.
5. Pamiętaj, że zapisy w brudnopisie nie będą oceniane.
6. Na tej stronie oraz na karcie odpowiedzi wpisz swój numer PESEL i przyklej naklejkę z kodem.
7. Zaznaczając odpowiedzi w części karty przeznaczonej dla zdającego, zamaluj  pola do tego przeznaczone. Błędne zaznaczenie otocz kółkiem  i zaznacz właściwe.
8. Tylko odpowiedzi zaznaczone na karcie będą oceniane.
9. Nie wpisuj żadnych znaków w części przeznaczonej dla egzaminatora.

**Czas pracy:  
180 minut**

**Liczba punktów  
do uzyskania: 60**



MFD-R1\_1F-142

**Exercice 1. (4 points)**

**Vous allez écouter deux fois trois documents. À chaque phrase 1.1.–1.4. attribuez un document (A–C). Mettez une croix dans la case correspondante.**

**Un des documents correspond à deux phrases.**

		A	B	C
1.1.	Les mesures contre le piratage dérangent ceux qui paient pour avoir une œuvre.			
1.2.	Une œuvre appartient entièrement à son auteur et c'est à lui de la faire partager.			
1.3.	Les jeunes internautes sont habitués au partage et à la gratuité totale sur Internet.			
1.4.	Partager ses œuvres sur Internet permet aux artistes ignorés de se faire connaître.			

**Exercice 2. (6 points)**

**Vous allez écouter deux fois deux documents. Choisissez pour chaque phrase 2.1.–2.6. la suite qui convient. Cochez la lettre A, B, C ou D correspondant à votre choix. Les phrases 2.1.–2.3. se rapportent au document n° 1 et les phrases 2.4.–2.6. au document n° 2.**

**Document n° 1****2.1. Une partie de l'entraînement du chien de sauvetage consiste à**

- A. développer ses capacités olfactives et auditives.
- B. lui expliquer ce qui est autorisé et ce qui ne l'est pas.
- C. résoudre le problème de ses comportements indésirables.
- D. lui apprendre à travailler en tous lieux et toutes circonstances.

**2.2. Dans les relations maître-chien, il est primordial**

- A. de renforcer l'entente entre le chien et son maître.
- B. d'établir une hiérarchie entre le chien et son maître.
- C. d'améliorer le contrôle que le maître a sur son chien.
- D. de ne pas remettre en cause la hiérarchie déjà établie.

**2.3. L'interview porte sur**

- A. l'historique de la formation des chiens de sauvetage.
- B. les principes de l'entraînement des chiens de sauvetage.
- C. l'évolution des méthodes de l'éducation des chiens de sauvetage.
- D. les difficultés rencontrées à l'entraînement des chiens de sauvetage.

---

**Document n° 2****2.4. Pendant le Tour de France, les cyclistes français**

- A. traînent toujours à l'arrière du peloton.
- B. remportent quelques succès spectaculaires.
- C. prennent la tête du peloton à chaque étape.
- D. se battent tous pour enfiler le maillot jaune.

**2.5. La première raison de la venue des étrangers en France, c'est pour**

- A. assister à la victoire de leur coureur.
- B. profiter de sa richesse géographique.
- C. faire de la randonnée et du canyoning.
- D. faire du shopping sur les Champs-Élysées.

**2.6. Le journaliste**

- A. exprime sa colère causée par l'attitude des coureurs français.
- B. commente ironiquement la défaite des Français au Tour de France.
- C. critique la politique des autorités françaises en matière de tourisme.
- D. dénonce les tricheries des coureurs français pendant le Tour de France.

**Exercice 3. (5 points)**

**Vous allez écouter deux fois le document. Terminez les phrases conformément au sens de l'enregistrement.**

**BROUILLON**

**3.1.** En tenant compte de la définition de « génération » pour caractériser cette dernière, il faut

**3.2.** Les baby-boomers ont pour caractéristiques de se préoccuper de

**3.3.** Les membres de la « génération X » ou leurs proches ont pu être victimes

**3.4.** Ceux qui sont « nés avec un PC dans les bras » doivent affronter

**3.5.** L'auteur du texte présente les différences entre quatre générations par rapport à leurs

**3.1.** En tenant compte de la définition de « génération » pour caractériser cette dernière, il faut

.....

.....

.....

.....

.....

**3.2.** Les baby-boomers ont pour caractéristiques de se préoccuper de

.....

.....

.....

.....

.....

---

3.3. Les membres de la « génération X » ou leurs proches ont pu être victimes

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.4. Ceux qui sont « nés avec un PC dans les bras » doivent affronter

.....

.....

.....

.....

.....

3.5. L’auteur du texte présente les différences entre quatre générations par rapport à leurs

.....

.....

.....

.....

.....

***REPORTEZ LES RÉPONSES DES EXERCICES 1. ET 2. SUR LA FEUILLE  
« GRILLE DE RÉPONSES ET D’ÉVALUATION »***

**Exercice 4. (7 points)**

Lisez les textes. Choisissez pour chaque phrase 4.1.–4.7. la suite qui convient. Cochez la lettre A, B, C ou D correspondant à votre choix.

**Texte n° 1****VIVRE À PARIS ? NON, MERCI !**

Parisiens de souche, provinciaux nostalgiques, jeunes actifs ou retraités... Ils ont été un demi-million à quitter l'Île-de-France. L'envie leur est venue d'un coup. Brutale, impérieuse. Partir. Larguer les amarres. S'inventer une nouvelle vie ailleurs, sur ses propres économies ou avec un crédit, peu importe, mais une vie au soleil et au vert.

En quelques mois, Laurent et Séverine Becsei, tout juste trentenaires, ont tiré un trait sur leur existence parisienne et ils ont vendu la maison qu'ils venaient de faire construire en banlieue. Cap sur Montpellier. Les Becsei ont déniché la maison de leurs rêves au beau milieu du vignoble de Pic Saint-Loup. Depuis deux ans, c'est le bonheur.

Un cas isolé, les Becsei ? Des accros du terroir qui livrent un combat d'arrière-garde ? Au contraire. Ils sont au diapason de leurs concitoyens, provinciaux qui se font tirer l'oreille pour installer leurs pénates à Paris et Parisiens qui rêvent de laisser derrière eux le périphérique et le RER, la pollution et les embouteillages. Les Français votent avec leurs pieds. Contre la mégapole parisienne. Pour les villes de province et pour les campagnes. Les migrations patiemment enregistrées par l'Institut national de la statistique donnent la mesure de la désaffection qui touche l'Île-de-France : les provinciaux restent en province et les Parisiens commencent à les y rejoindre.

Quelle mouche a donc piqué les Français pour qu'ils tournent ainsi le dos à la Ville lumière, que les étrangers leur envient tant ? Justement. Eux aussi aiment Paris, mais en touristes, comme les Américains et les Japonais. Les musées, les expos, les terrasses de café au soleil, les berges de la Seine au printemps, d'accord. Le stress des bouchons, les grèves de métro, les pots d'échappement et les prix délirants du moindre mètre carré, ils n'en peuvent plus. Ils n'ont qu'une obsession : leur sacro-sainte qualité de vie. Une maison ou un grand appartement, du calme et de la verdure, voilà ce qu'ils veulent.

L'époque est aussi à la quête des origines, au retour aux sources familiales et culturelles. Pour renouer avec ses racines, ses cousins et ses amis d'enfance. Le choix de la province est également une question de priorité : l'épanouissement personnel avant la réussite sociale ; l'équilibre familial plutôt que l'ascension professionnelle. Signe des temps, la dernière enquête Ipsos sur « *La France des cadres actifs* » révèle que deux cadres sur trois refusent aujourd'hui de sacrifier leur vie sur l'autel d'une hypothétique carrière. Au fond, un tiens vaut mieux que deux tu l'auras, pensent-ils. Les mêmes disent aussi, à longueur d'études et de sondages, tout le bien qu'ils pensent des précieux jours de RTT que leur offrent les 35 heures.

En outre, la province n'est plus ce qu'elle était, cette toundra économico-culturelle que l'on fuyait au sortir de l'adolescence, parce que le cœur de l'époque battait ailleurs. « *Les Français ont à présent une représentation positive de ces régions où les conditions de vie se sont considérablement améliorées*, analyse la géographe Thérèse Saint-Julien,

professeur à Paris I. *La capitale n'est plus un passage socialement et symboliquement obligé. Si on peut éviter Paris, tant mieux !* »

C'est précisément ce qui fait craquer les Français : le cocktail bien dosé de dynamisme économique et de qualité de vie. Aux orties, les complexes de la province ! « *Nous sommes tous les voisins de Paris, la ville européenne la mieux reliée au monde, et non plus des provinciaux hostiles à la ville-centre synonyme de concentration des pouvoirs !* » s'enthousiasme Jean Viard, qui vit depuis trente ans à La Tour d'Aigues. Merci au TGV, qui met Lille et Tours à une heure de Paris, Rennes et Lyon à deux heures, Marseille et Bordeaux à trois heures !

d'après <http://www.lexpress.fr>

#### **4.1. La décision des Parisiens de quitter la capitale**

- A. est prise par des personnes de tout âge.
- B. est précédée par une expérience de vie en banlieue.
- C. dépend des ressources financières dont ils disposent.
- D. résulte d'une longue réflexion sur la qualité de la vie urbaine.

#### **4.2. Les Parisiens déménagent en province pour**

- A. avoir une ascension professionnelle plus rapide.
- B. trouver plus facilement un emploi stable et bien payé.
- C. se rapprocher de l'univers de leur enfance et de leurs proches.
- D. profiter de la réduction du temps de travail et de meilleurs horaires.

#### **4.3. De nos jours, vivre en province**

- A. consiste à s'isoler du reste du pays.
- B. allie confort de vie et contexte économique favorable.
- C. attire les gens pour les mêmes raisons qu'il y a trente ans.
- D. est encore associé au manque d'animation et d'activités culturelles.

***REPORTEZ LES RÉPONSES SUR LA FEUILLE  
« GRILLE DE RÉPONSES ET D'ÉVALUATION »***

**Texte n° 2**

1 Mon intention se précise : je vais commencer ma retraite en allant vivre deux mois toute seule  
2 à Paris ! Je partage mon projet avec les miens et cela me fait mesurer l'importance de  
3 ce geste, alors que je suis à un carrefour de ma vie. Il ne s'agit pas d'un simple départ, mais  
4 d'un défi qui me demandera une détermination sur plusieurs points. Ma confiance en moi  
5 sera-t-elle suffisante ? J'ai pris conscience que cette intention avait germé dans mon  
6 inconscient, des années plus tôt, bien avant que j'y réfléchisse et reconnaisse ce besoin  
7 de *partir autrement*. Au départ, je retrouvais un rêve que j'avais nourri pendant plusieurs  
8 années, en fait, depuis mon tout premier voyage en France. À ce moment-là, deux petites  
9 semaines dans cette capitale tourbillonnante m'avaient permis de constater à quel point  
10 la durée du séjour m'avait paru insuffisante. Il restait en moi cet appel qui s'était inscrit :  
11 me sentir Parisienne et avoir le temps de mesurer cette euphorie. Comment *vivre Paris* au lieu  
12 de *voir Paris* ? Il me semblait préférable d'y élire résidence, de m'y installer pour un certain  
13 temps. Savourer à pleines dents sa culture, me remplir les yeux, m'imprégner de cette  
14 agitation et apprendre les grandes pages de cette histoire en étant sur les lieux mêmes où  
15 elle s'est déroulée. Le tourbillon d'un voyage éclair ne fait que soulever l'enthousiasme,  
16 lorsqu'on est un touriste de passage, alors que prendre son temps permet de tout apprécier,  
17 puisque l'on devient un résident. Je voulais goûter ce petit frisson créé par un oiseau qui  
18 s'envole dans un arbre du jardin du Trocadéro ; ressentir le beau vertige de monter les 387  
19 marches de la tour Nord de la cathédrale Notre-Dame ; marcher sans me soucier du temps  
20 au cimetière du Père-Lachaise ou à Montmartre, en revisitant le passé page par page.  
21 Cette perspective, je l'avoue, me passionne. Commence alors pour moi une préparation  
22 minutieuse de ce que je dois faire pour vivre cette incroyable aventure.

*d'après « 60 jours à Paris en slow travel » de Gisèle Prévost*  
<http://giseleprevost.com/telecharger-une-version-pdf-du-livre/>



---

**4.4. En se demandant « *Ma confiance en moi sera-t-elle suffisante ?* » (lignes 4-5)**

**la narratrice suggère qu'elle**

- A. a déjà pris sa décision.
- B. veut changer ses projets.
- C. manque d'enthousiasme.
- D. trouve son projet ambitieux.

**4.5. Lors de son premier voyage à Paris, la narratrice**

- A. a trouvé le séjour trop court.
- B. s'est sentie une vraie Parisienne.
- C. a pris la décision ferme d'y vivre.
- D. a réalisé son rêve de vivre à Paris.

**4.6. Pour l'auteur du texte, « vivre Paris » signifie**

- A. y revenir à plusieurs reprises.
- B. s'éloigner des lieux touristiques.
- C. s'immerger dans la vie de la ville.
- D. adopter le rythme de travail des Parisiens.

**4.7. Dans le deuxième texte, l'image de la vie à Paris**

- A. est opposée à la vie en province.
- B. est conforme à la réalité de ses habitants.
- C. est confrontée aux premiers souvenirs de l'auteur.
- D. est embellie par les représentations de la narratrice.

**REPORTEZ LES RÉPONSES SUR LA FEUILLE  
« GRILLE DE RÉPONSES ET D'ÉVALUATION »**

**Exercice 5. (4 points)**

Lisez le texte et complétez-le avec les phrases A–E afin qu’il soit cohérent et logique. Mettez dans l’espace vide (5.1.–5.4.) la lettre qui correspond à la phrase choisie. Une phrase ne correspond à aucune partie du texte.

LA PUBLICITÉ EST-ELLE MOINS NOCIVE QUAND ON L’IGNORE ?

Face à une publicité (visuelle, sonore ou audiovisuelle), deux possibilités s’offrent à nous : soit on la prend en compte, on l’analyse et on la juge, soit on l’ignore en rentrant dans une sorte de bulle intérieure, pensant qu’ainsi elle n’agira pas sur nous, d’autant plus quand le produit vanté ne nous intéresse pas. Le niveau d’attention qu’on lui porte détermine donc la perception finale de la publicité. On pourrait penser que moins on est attentif, moins la publicité nous touche. Mais, en fait, et ce n’est pas moi qui le dis, mais des « psychologues » publicitaires, ce serait plutôt le contraire.

En effet, quand on analyse une publicité et qu’on est attentif à son message, c’est la partie consciente de notre cerveau qui prend le dessus. **5.1.** \_\_\_\_\_ En revanche, quand on pense ignorer une publicité, le processus est inversé. On passe devant sans la regarder avec plus d’attention qu’un passant dans la rue, on fait la cuisine pendant qu’on écoute une émission de radio coupée par de la publicité, ou on commence une discussion pendant les spots télévisuels. **5.2.** \_\_\_\_\_ Or celui-ci ne fait pas l’effort de soumettre ces informations à l’esprit critique. Le message est donc intégré sans que notre raison soit prise à partie.

Mais, ne prenons pas ce qui vient d’être dit au pied de la lettre. Ce n’est pas parce que nous subissons une publicité sans que l’on y soit attentif que nous allons directement acheter le produit, surtout quand nous n’en avons pas besoin. Mais, à force de répétition, une familiarité se crée entre la marque et nous. Les différentes expositions au message amènent à un apprentissage automatique. **5.3.** \_\_\_\_\_ Ne pouvant pas nous souvenir de la publicité, nous sommes enclin à avoir une attitude favorable vis-à-vis de la marque en question.

On comprend alors que les publicitaires ne s’affolent pas de la saturation de l’espace publicitaire, car, qu’on les regarde ou pas, elles font de l’effet. À la base, la publicité a un rôle d’information sur le produit vanté. **5.4.** \_\_\_\_\_ Dans l’absolu donc, il faudrait que chaque produit puisse être vanté pour que chaque consommateur puisse avoir un niveau d’information optimal, afin de faire un achat optimum, selon ses moyens et le niveau de qualité désiré. C’est une théorie assez classique de la publicité qui reste très ancrée dans l’imaginaire collectif. Mais, cette théorie se voit contestée par la réalité.

*d’après [www.soundsmag.org](http://www.soundsmag.org)*

- A. Et ce n’est plus la partie consciente de notre cerveau qui prend le dessus, mais l’inconscient ou le subconscient.
- B. La publicité ne va donc pas du tout dans le sens de la liberté de consommation.
- C. On sait qu’on a déjà entendu parler de telle marque, mais on ne sait pas où.
- D. Ce n’est qu’après qu’elle est censée nous convaincre que son produit est meilleur qu’un autre.
- E. Le message publicitaire est soumis à notre esprit critique et les chances d’y trouver des failles sont très grandes.

**REPORTEZ LES RÉPONSES SUR LA FEUILLE  
« GRILLE DE RÉPONSES ET D’ÉVALUATION »**

**Exercice 6. (4 points)**

Lisez le texte et décidez à quel paragraphe (A–E) se rapportent les phrases 6.1.–6.4. Écrivez dans chaque case la lettre qui correspond au paragraphe choisi. Un paragraphe reste inutilisé.

6.1.	Un illettré devient un citoyen de seconde zone.	
6.2.	La culture suscite l'enthousiasme du grand public.	
6.3.	Tout le monde est d'accord pour dire qu'en général, la culture a progressé.	
6.4.	Dans plusieurs pays, des groupes sociaux entiers sont privés de culture.	

## UNE CULTURE DE L'EXCLUSION

**A.**

L'inculture moderne est plus difficile à cerner que celle d'autrefois. On dit partout que la société contemporaine est celle de la communication, de l'information et de la connaissance. De fait, les techniques informatiques et les industries culturelles tendent à dominer les structures sociales et économiques. Chacun admet aujourd'hui, sur cette planète fascinée par les communications de masse, que le niveau culturel global s'est élevé. Par ailleurs, le nombre de personnes scolarisées n'a jamais été aussi grand.

**B.**

Dans les pays industrialisés, on assiste même à une importante mutation des usages culturels et à un puissant engouement pour des arts raffinés, naguère réservés à une minorité. Concerts, ballets, opéras, théâtre attirent des foules nouvelles qui se bousculent également dans les musées, les grandes expositions, les Cités des sciences ou les Salons du livre. Cette richesse intime qu'est la culture semble donc largement partagée.

**C.**

Ceux qui, malgré tout, dénoncent l'effondrement global du système éducatif et, nostalgiques, regrettent l'excellence culturelle de jadis se voient opposer des statistiques irréfutables. Des experts leur rappellent qu'en 1930, par exemple, en France, « *la moitié des élèves quittaient l'école primaire à treize ans sans le certificat d'études et seulement 5% d'une classe d'âge obtenaient le baccalauréat* ». Ils rappellent également qu'en 1914 « *35% des conscrits étaient pratiquement analphabètes* » et qu'en revanche les tests actuels de l'armée montrent, depuis vingt ans, une augmentation du niveau intellectuel des jeunes Français.

**D.**

Le savoir apparaît donc en expansion au sein des sociétés, et il semblerait s'être radicalement démocratisé. Cependant, en matière de culture, les choses sont toujours complexes, et le grand paradoxe dans un monde fortement alphabétisé est que le nombre d'analphabètes n'a jamais été plus grand qu'aujourd'hui ; il atteint le chiffre scandaleux de 880 millions, et concerne principalement le tiers-monde. Mais pas seulement, car à la faveur de la crise, les pays développés ont vu apparaître chez eux aussi de vastes poches d'inculture, en particulier de cette forme moderne d'analphabétisme qu'est l'illettrisme. Situation on le sait, de ceux qui, ayant appris à lire et à écrire, en ont perdu la pratique au point de ne plus pouvoir comprendre un texte simple et bref en rapport avec leur vie quotidienne.

**E.**

Vivre sans l'écrit paraît inconcevable, car il occupe, dans les pays industrialisés, une place prépondérante. Chaque citoyen, dans ses activités de tous les jours, recourt à l'écrit sous ses formes les plus diverses. Et pourtant, depuis quelques années, ils sont des millions à vivre dans l'illettrisme, et cette maladie culturelle tend à se répandre comme une épidémie. En Grande-Bretagne, par exemple, on compte plus de trois millions d'illettrés; en France, ils sont quelque cinq millions. Ces laissés-pour-compte du savoir, ces exclus de la culture vivent dans le mépris d'eux-mêmes, en marge de la société. Écartés, dans les faits de la démocratie, ils sont fragiles parce qu'ils restent à la merci de toutes les difficultés du quotidien et de toutes les manipulations.

*d'après Ignacio Ramonet, Le Monde diplomatique, 1988*

**REPORTEZ LES RÉPONSES SUR LA FEUILLE  
« GRILLE DE RÉPONSES ET D'ÉVALUATION »**

**Exercice 7. (5 points)**

Lisez le texte et complétez-le afin qu'il soit cohérent et logique. Cochez la lettre A, B, C ou D correspondant à votre choix.

UN NUMÉRO SPÉCIAL EN OR : VOYAGES ET CIVILISATIONS

Atahualpa croyait son empire invincible. Sa capitale, Cuzco, était devenue le centre d'un monde qui 7.1. \_\_\_\_\_ le long de la cordillère des Andes, de l'Équateur au Chili. « Aucun oiseau ne vole, aucune feuille ne tombe, disait-il, si ce n'est par ma volonté ». Quel sentiment de puissance !

Cinq siècles se sont 7.2. \_\_\_\_\_ depuis la mort du dernier Inca et l'arrivée des conquistadors qui, en quelques mois, 7.3. \_\_\_\_\_ ont arraché le pouvoir. Mais du lac Titicaca au Machu Picchu, le monde des fils du Soleil fascine toujours autant. Ce numéro spécial du *Figaro Magazine* s'associe à la Pinacothèque de Paris pour nous entraîner dans un fabuleux voyage à travers l'espace et le temps afin d'éclairer certaines des 7.4. \_\_\_\_\_ de ce monde étonnant. Nos reporters 7.5. \_\_\_\_\_ certains liens entre hier et aujourd'hui, pour tenter de faire la part de la vérité et celle de la légende pour faire revivre la saga cruelle des fils du Soleil et son héritage dans la culture contemporaine.

*d'après Antoine Cerruti, Le Figaro Magazine, le 4 septembre 2010*

- |                    |                   |             |
|--------------------|-------------------|-------------|
| 7.1. A. s'étendait | 7.2. A. passé     | 7.3. A. lui |
| B. s'éteignait     | B. défilés        | B. en       |
| C. s'éliminait     | C. révolu         | C. l'       |
| D. s'éternisait    | D. écoulés        | D. y        |
| 7.4. A. secrets    | 7.5. A. explorant |             |
| B. énigmes         | B. ont exploré    |             |
| C. mystères        | C. exploraient    |             |
| D. confidences     | D. auront exploré |             |

**REPORTEZ LES RÉPONSES SUR LA FEUILLE  
« GRILLE DE RÉPONSES ET D'ÉVALUATION »**

**Exercice 8. (5 points)**

Complétez le vide (8.1.–8.5.) par un seul mot pour que le texte soit cohérent et logique.

**D'OU NOUS VIENT LE SCRAPBOOKING ?**

Le scrapbooking a vu le jour vers les années 1800 aux États-Unis, peu avant l'apparition de la photographie. Il servait alors à **8.1.** \_\_\_\_\_ en scène des souvenirs grâce à des peintures, des photos et quelques supports. Il est ensuite arrivé en France sous différents noms, comme le patchwork, le collage ou encore le collimage. Toutefois, il est vite laissé aux oubliettes. C'est Marie-Dominique Gambini qui relance la pratique de ce loisir en 1999 à travers plusieurs **8.2.** \_\_\_\_\_ dans les magazines français. Au début des années 2000, un reportage diffusé sur une chaîne nationale française y est **8.3.** \_\_\_\_\_. Le scrapbooking connaît dès lors un essor considérable. Beaucoup de personnes souhaitent suivre une formation afin de mieux cerner cet art. Pour répondre à cette demande croissante, une école voit le jour en 2006. Il s'agit de l'École lyonnaise de scrapbooking. Malgré le fait que cette technique créative soit un art, quelques règles de base sont à respecter, **8.4.** \_\_\_\_\_ l'importance d'une telle école. Peu à peu, le scrapbooking s'étend sur le continent **8.5.** \_\_\_\_\_ et commence à gagner de l'ampleur sur les autres continents.

d'après <http://www.web-libre.org>

**Exercice 9. (5 points)**

Transformez les mots entre parenthèses de manière à obtenir une phrase cohérente, correcte et qui respecte la grammaire et l'orthographe.

Le Togo était connu comme le pays des *nanas Benz*, ces femmes riches revendeuses de pagnes, robes typiquement africaines. On les appelle ainsi parce qu'une fois leur fortune faite, elles s'achetaient **9.1. (système)** \_\_\_\_\_ de grosses cylindrées de marque allemande, des Mercedes Benz.

Les *nanas Benz* avaient un pouvoir financier qui dépassait même les richesses cumulées de certains chefs d'État africains. Bien qu'illettrées, elles étaient très habiles : elles allaient acheter des tissus chez des fabricants **9.2. (Occident)** \_\_\_\_\_ avec lesquels elles avaient préalablement négocié un prix très **9.3. (avantage)** \_\_\_\_\_. Elles revenaient ensuite les vendre sur tous les marchés d'Afrique de l'Ouest.

Mais depuis le début des années quatre-vingt-dix, les *nanas Benz* sont sur le **9.4. (décliner)** \_\_\_\_\_. Les marchés togolais sont inondés de produits falsifiés et cette piraterie leur coûte cher et anéantit à petit feu ce commerce qui faisait la **9.5. (fier)** \_\_\_\_\_ de leurs mamans.

d'après [www.afreexpress.info](http://www.afreexpress.info)









**BROUILLON**

*(ne sera pas pris en compte dans l'évaluation)*









# WYPEŁNIA ZDAJĄCY

MFD-R1\_1F-142

Miejsce na naklejkę  
z nr. PESEL

## PESEL

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Zad.1	A	B	C
1.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.4	A	B	C	D
4.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.6	A	B	C	D	E
6.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.2	A	B	C	D
2.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.5	A	B	C	D	E
5.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.7	A	B	C	D
7.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.3	0	1
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.8	0	1
8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zad.9	0	1
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## WYPEŁNIA EGZAMINATOR

### ZADANIE 10

Pkt	0	1	2	3	4	5
Treść i forma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spójność	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zakres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poprawn.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SUMA PUNKTÓW

D

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

J

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**KOD EGZAMINATORA**

.....  
Czytelny podpis egzaminatora

--	--	--

**KOD ZDAJĄCEGO**