



**Concours d'accès en 2^{ème} année
Programme Grande Ecole
Session de Juillet 2014
Epreuve de Français
Durée : 2 heures**

Il faut attendre 1949 pour qu'un séisme bouleverse le commerce français. Un ancien séminariste, Edouard Leclerc, ouvre à Landerneau un cagibi, baptisé pompeusement magasin où il propose, à 40% de réduction, biscuits, bonbons et chocolats. On fait la queue et tous les épiciers de la région se trouvent au bout de la crise des nerfs : la doctrine est de vendre moins cher et de redistribuer le quart des profits au personnel. L'idée de génie : s'installer en périphérie de grandes villes, avec un maximum de facilités d'accès et de vastes parkings gratuits, en pariant sur la croissance des banlieues. Le règne de la voiture vient d'être consacré. En 1963, le premier hypermarché Carrefour s'installe à Sainte-Geneviève-des-Bois et des cathédrales de la consommation éclosent partout sur le territoire. Aujourd'hui, la grande distribution française dont le chiffre d'affaires pour les grandes enseignes, se monte à 152 milliards d'euros, couvre 40% du commerce en détail et 60% de ventes de produits alimentaires.

En définitive, les Français adorent leurs grandes surfaces!

Au bonheur des consommateurs, revue Avantages, septembre, 2006

I- Compréhension : (5 Points)

1. Donnez un titre à ce texte
2. Quels liens l'auteur établit-il entre les grandes surfaces et la voiture ?
3. Expliquez pourquoi les épiciers de la région se trouvent au bord de la crise des nerfs ?
4. Expliquez les mots et expressions soulignés

II- Grammaire : (5 Points)

1. Donnez la nature et la fonction des termes suivants dans le texte : on, dont, leurs.
2. Mettez ces phrases à la forme passive :
 - a) Les Français adorent leurs grandes surfaces.
 - b) Des cathédrales de consommation éclosent partout sur le territoire

III- Production : (10 Points)

Développez la réflexion suivante dans une rédaction structurée et argumentée.

La multiplication des grandes surfaces au Maroc telles que Marjane, Acima, Carrefour..., est une réalité qui menace de plus en plus le commerce de proximité mais qui répond aux besoins de plus en plus pressant d'approvisionnement des ménages.