



Junta de Andalucía

Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional.
Secretaría General de Desarrollo Educativo
Dirección General de Ordenación, Inclusión,
Participación y Evaluación Educativa.

PRUEBA DE MADUREZ ACADÉMICA – JUNIO 2023
EJERCICIO: LENGUA EXTRANJERA (FRANCÉS)

NOMBRE Y APELLIDOS:

OPCIÓN ELEGIDA:

Instrucciones:

- a) Duración: 1 hora, 30 minutos.
- b) Antes de contestar, lea atentamente las cuestiones expuestas.

OPCIÓN LENGUA EXTRANJERA (FRANCÉS)

Lea con detenimiento el texto siguiente y luego realice las actividades que se le proponen. Se valorarán la limpieza y la corrección ortográfica, así como la coherencia y la originalidad.

En Italie, cette campagne du ministère du Tourisme ne passe pas

Une vidéo promotionnelle pour vanter l'attractivité de l'Italie est critiquée et tournée en ridicule sur les réseaux sociaux.

« *L'Italie, ouverte à l'émerveillement* ». Voilà le nom de la nouvelle campagne du ministère du Tourisme [Italien](#). Pour l'instant, elle provoque plus de dérision et de colère que d'émerveillement. Elle a d'ailleurs fini par être supprimée.

La première chose qui a choqué les Italiens, c'est qu'une grande partie de la publicité tourne autour des réseaux sociaux, et particulièrement d'Instagram. Pour cela, une « *influenceuse virtuelle* » a même été imaginée à partir du célèbre tableau de Sandro Botticelli, *La Naissance de Vénus*.

Mais réduire ce chef-d'œuvre italien de la Renaissance connu dans le monde entier à une influenceuse, ça ne passe pas. On la voit déambuler dans toute l'Italie, son appareil photo à la main, à la recherche d'une pose à prendre, que ce soit devant le [Colisée](#), sur un bateau, ou encore en train de manger une pizza face à la mer. Et ce, alors même que la plupart des Italiens tentent de lutter contre cette culture de l'« *instagrammable* » dans le tourisme.

Ce qui dérange le plus : le mauvais rapport qualité/prix de la campagne, selon ses détracteurs, qui estiment son coût à plus de neuf millions d'euros d'[argent public](#)... Finalement, la ministre du Tourisme à l'initiative de la campagne, a fini par répondre aux critiques. Selon elle, c'est la campagne internationale qui coûte neuf millions d'euros au total, en comprenant notamment les achats d'affichages publicitaires un peu partout dans le monde. Elle donne également plus d'informations sur l'objectif de cette campagne, qui était d'atteindre les jeunes.

Si le but était de faire parler, mission réussie : la vidéo a suscité énormément de réactions et a fait parler dans de nombreux médias internationaux. Mais si l'objectif était de promouvoir la [culture](#) et la diversité des paysages [italiens](#), c'est raté.

Texte adapté de : www.huffingtonpost.fr





Junta de Andalucía

• **COMPRÉHENSION ÉCRITE** (6 points)

A.1. Dites si les propositions suivantes sont VRAIES (V) ou FAUSSES (F) : (2 points)

- Une vidéo publicitaire du ministère du Tourisme a enchanté les italiens.
- Le personnage principal d'un tableau de Botticelli est le protagoniste de la campagne.
- L'« *influenceuse virtuelle* » s'est fait prendre en photo dans différents endroits.
- Cette campagne publicitaire a été gratuite pour le ministère.

A.2. Trouvez dans le texte le mot qui correspond à ces définitions : (2 points)

- a) Sentiment d'irritation accompagné d'agressivité : _____.
- b) Œuvre picturale réalisée sur un support autonome par un artiste: _____.
- c) Ouvrage parfait ou très beau, modèle en son genre : _____.
- d) Quantité d'argent qu'il faut payer pour quelque chose : _____.

A.3.1. Mettez le verbe de cette phrase au passé : (1 point)

- On la voit déambuler dans toute l'Italie.

A.3.2. Transformez cette phrase à la voix passive : (1 point)

- Ses détracteurs estiment son coût à plus de neuf millions d'euros.

• **EXPRESSION ÉCRITE** (4 points)

Actuellement notre smartphone peut avoir une quantité énorme d'applications. Écrivez un court email (100 – 125 mots) à votre meilleur.e ami.e pour lui raconter comment et pourquoi vous utilisez votre téléphone mobile.

N'oubliez pas de signaler :

- Quelles sont les applications que vous utilisez le plus souvent (caméra, agenda, GPS, etc.).
- Pourquoi vous allez normalement sur Internet (lire la presse, faire des achats, etc.).

