

1220008

DSCG

SESSION 2012

UE8 - ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE ÉTRANGÈRE

Durée : 3 heures – Coefficient : 1

Matériel autorisé :

Aucun matériel n'est autorisé (agendas, traductrices...).

Allemandpages 2 et 3

Espagnolpages 4 et 5

Italienpages 6 et 7

ALLEMAND

Erste Firmen blasen zum China-Rückzug Resignierte Billigproduzierer kehren heim

Lange bevor Politiker die Rückverlagerung als Wahlkampfthema entdeckt haben, haben Firmen in weiten Teilen Europas begonnen, einen Teil ihrer Produktionsverlagerung nach Fernost zu überdenken und umzukehren. Noch sind es relativ wenige. Aber jeden Tag werden es mehr. Mittlerweile folgt auf jede dritte Verlagerung eine Rückverlagerung.

5 Der Spielzeughersteller *Meccano* ist das jüngste und prominenteste Beispiel in Frankreich. Vor zwei Jahren holten die Ingberg-Brüder 20 Prozent der chinesischen Fertigung wieder zurück nach Calais. Inzwischen wird schon wieder fast die Hälfte der Produktion dort bewältigt. "China hat sich geändert", sagt Michael Ingberg. "Die Löhne steigen schnell, der Renminbi wird aufgewertet, die Transportkosten gehen ständig in die Höhe". Auch eine Serie neuer Arbeitsgesetze sowie eine steigende Zahl von
10 sozialen Unruhen und wachsende gewerkschaftliche Organisierung tragen dazu bei, dass in einigen Industrien die Kosten steigen und das Risiko zunimmt. Davor warnen auch die Unternehmensberater von Roland Berger: Allein im Zeitraum von 2010 bis 2015 sei in China ein Anstieg der Produktionspreise von 75 Prozent zu erwarten.

15 Auch in Deutschland gibt es Beispiele von Rückverlagerungen. Bereits im Sommer 2008 hat der Teddyproduzent *Steiff* angekündigt, die nach China ausgelagerte Produktion seiner Stofftiere wieder zurück zu holen. Das hat das Unternehmen seitdem Schritt für Schritt getan. Die langen Lieferzeiten von bis zu drei Monaten sowie die lange Einarbeitungszeit für chinesische Mitarbeiter, die häufig die Firma wechseln, wurden als wichtige Gründe für die Entscheidung genannt. Auch der Pfannenhersteller *Berndes* aus Arnberg gab im Herbst bekannt, das Unternehmen werde einen Teil der Produktion nach
20 Deutschland zurückholen, weil viele Aufträge in Arnberg viel flexibler erledigt und kleinere Stückzahlen hergestellt werden könnten. Andere kommen zurück, weil in Fernost die hohen Qualitätsansprüche nicht erfüllt wurden.

25 *Kapsch* wiederum, ein Hersteller von Zugfunktechnik in Wien, verlagert sein Werk vom chinesischen Foshan zurück nach Österreich. Vier bis sechs Wochen wären Container aus China nach Wien unterwegs, heißt es. Bei mangelhaften Lieferungen habe sich die Wartezeit verdoppelt. Und schließlich könne mit der Rückkehr auch der Abfluss von Know-how gestoppt werden. Die Leiterplatten und Funkstationen, die zuvor 500 chinesische Arbeiter im Perlfuss-Delta bauten, werden nun von 50 heimischen Arbeitern gefertigt.

30 Trotz dieses enormen Produktivitätsvorteils kostet die Fertigung der Module im Hochlohnland Österreich immer noch 5 Prozent mehr. Doch *Kapsch*-Fertigungsleiter Martin Fichtner führt an, dass von Wien aus nun viel schneller auf die Wünsche der europäischen Kunden reagiert werden könne: „Weil sich Produktzyklen ständig verkürzen, kommt es immer mehr auf schnelle Verfügbarkeit und punktgenaue Konfektionierung der Fertigung an. Es geht um Qualität und Kundenservice“. Dieses Argument zieht sich wie ein roter Faden durch die Erklärungen der industriellen Heimkehrer.

35 Gewiss, für viele Unternehmen, bei denen es weniger um Produktionskosten und mehr um die Präsenz in den Schwellenländern geht, hat sich die Situation kaum geändert. Bei Unternehmen jedoch, bei denen die Kosten nicht mehr ein so dominanter Faktor sind wie noch vor ein paar Jahren, machen sich die genannten Faktoren zunehmend bemerkbar.

40 Die Boston Consulting Group sagt den USA bereits eine Renaissance im verarbeitenden Gewerbe vorher, weil der schrumpfende Kostenabstand zu China immer mehr Firmen nach Amerika zurücktreibt. Bis 2015 sollen die Löhne im Großraum von Shanghai bereits auf 61 Prozent von denen in südlichen Bundesstaaten der USA - wie Alabama - steigen. Transport über den Pazifik und andere Kosten eingerechnet, werden westliche Fertigungsstandorte wieder interessant.

Nach manager-magazin.de, 10. Januar 2012

A/ COMPRÉHENSION

Résumer l'article **en français** (220 mots maximum) (20/60)

B/ EXPRESSION

1. Répondre **en allemand** à la question suivante (150 – 200 mots) (20/60)

In den USA und in Europa appellieren immer mehr Politiker an die Industrie, sie sollen ihre Produktion vermehrt ins Land zurückverlagern. Warum wohl? Welche Maßnahmen können Regierungen ergreifen, um sie dazu zu motivieren? Vor- und Nachteile für die Unternehmen? Argumentieren Sie.

2. Rédiger la lettre commerciale suivante **en allemand** en respectant les normes de présentation et en utilisant les formules habituelles (20/60)

Le gérant du restaurant lyrique *Le Bel Canto*, 72 quai de l'Hôtel de Ville, 75004 Paris, souhaite renouveler sa batterie de cuisine.

Ayant entendu vanter l'excellente qualité des produits de la société Heinrich BERNDES, Haushaltstechnik GmbH & Co. KG, Wiebelsheidestraße 55, 59757 Arnsberg, il leur a envoyé un courrier le 18 février 2012, en les priant de bien vouloir lui soumettre une offre.

Madame Regina Clasen, responsable export de la société BERNDES, lui adresse un courrier le 23 février en lui précisant qu'ils ont les 5 poêles¹ noires, diamètre 24 cm à 74,95 €, les 4 poêles à griller² noires, 30 x 30 cm, à 119,00 € et les 6 sauteuses³ blanches, diamètre 28 cm à 94,95 € en stock.

La livraison se fera par route sous 8 jours, les prix s'entendent DAP, TVA inclus.

Conditions de paiement : règlement par virement bancaire sur leur compte n°34 567 8S auprès de la Commerzbank à Arnsberg dans les 30 jours après réception de la marchandise.

¹ la poêle die Bratpfanne (n)
² la poêle à griller die Grillpfanne (n)
³ la sauteuse die Schmorpfanne (n)

ESPAGNOL

"Tuvimos mucho miedo, pero había una ilusión colectiva"

La noche del 31 de diciembre de 2001 no fue un fin de año normal para muchas personas en España. Aquella Nochevieja se iba la peseta y llegaba el euro. Todo debía estar preparado para que el cambio más complejo en materia económica de la democracia española se llevara a cabo con éxito. Al frente de esta operación estuvo Soledad Fernández bajo el paraguas del Banco de España. *"Tuvimos mucho miedo, pero había una ilusión colectiva"*, resume Soledad Fernández, al recordar aquellas fechas, ahora hace diez años. Fue como lanzar un cohete¹. De nada hubiera valido el esfuerzo de más de dos años si a la hora de apretar el botón el artefacto no despegaba². La madrugada del 1 de enero, los bares, comercios, transportes, centros de ocio..., todos debían pasar de la noche a la mañana a cobrar en euros y, durante los dos meses posteriores, también en pesetas.

Soledad Fernández recuerda que, aquella noche, algunos en el Banco de España tomaron las uvas en acto de servicio. Se decidió abrir las sucursales del Banco de España dos horas durante la mañana el 1 de enero, algo excepcional en la historia de la institución. Fernández recuerda la larga cola que se formó a las puertas desde varias horas antes. *"Les movía la ilusión por tener los primeros billetes de euro"*..., y quizá alguna desconfianza ante el cambio de moneda.

Para que ese viaje a un espacio desconocido, como era el de compartir una moneda con otros 11 países europeos fuera un éxito, había que tener los pies muy en la tierra. Había que fabricar los billetes y monedas de euro, garantizar su traslado hacia los almacenes habilitados. En paralelo, hacer que la totalidad de la población fuera capaz de reconocer y manejar prácticamente desde el primer momento el nuevo instrumento de pago. *"Evitar que a la gente le dieran gato por liebre"*, resume.

La operación logística no tiene precedentes. Es la mayor de las realizadas en tiempos de paz. Durante los dos meses previos a la fecha clave del 1 de enero de 2002, y especialmente durante las dos últimas semanas, estuvieron circulando por España más de 3.500 vehículos blindados portando casi 72.000 contenedores custodiados por la Guardia Civil. En total, había que movilizar 1.700 millones de billetes y unos 6.500 millones de monedas. Para las monedas, había que movilizar unas 30.000 toneladas de metal en euros y retirar, almacenar y reciclar las correspondientes pesetas.

La adaptación de los cajeros automáticos y máquinas expendedoras del comercio y la hostelería fueron la gran prueba de fuego. El primer anuncio en televisión tras las campanadas de aquel año daba la bienvenida a la moneda común europea. A partir de ese momento, los ciudadanos debían poder tener euros en sus bolsillos. En caso contrario, todo habría comenzado con mal pie. Y el botón funcionó. Aunque el 1 de enero era fiesta, el 85% de los cajeros en España empezaron a dar euros ese día y el 97% lo hacían el segundo.

Lo más importante era *"reducir el riesgo de las falsificaciones"*, explica Soledad Fernández, *"con el inconveniente de que la población no podía manejar los billetes y monedas hasta su puesta en circulación"*. Desde un año y medio antes, la campaña informativa precedió a la logística. *"Era difícil porque nos dirigíamos a toda la población mayor de seis años, unos 40 millones de personas, pero tampoco podíamos desvelar las medidas de seguridad para no facilitar la tarea a los falsificadores profesionales"*, incide.

Bancos, cajas, comercios, hostelería, empresas de autopistas, cámaras de comercio..., "*todos se hicieron socios nuestros*". Hubo material formativo en todos los colegios "*para que los niños, que todo lo captan, ayudaran a sus padres y abuelos*", añade. Al final, no hubo casi falsificaciones, aunque ganó el timo³ a pequeña escala, el famoso 'redondeo'⁴.

CONCHA MARTÍN 31/12/2011

Notes

1. Un cohete: *une fusée*.
2. Si el artefacto no despegaba: *si l'engin ne décollait pas*.
3. El timo: l'escroquerie.
4. El redondeo: l'arrondi.

TRAVAIL À FAIRE

I. COMPRÉHENSION (5 points)

Conteste en español a la pregunta siguiente en unas 150 palabras:

Explicite las etapas preparativas más importantes de aquel "viaje a un espacio desconocido" (l.18) que empezó en la noche del 31 de diciembre al 1 de enero.

II. TRADUCTION (5 points)

Traduire depuis "*Aquella Nochevieja*" (l.2) jusqu'à "*no despegaba*" (l.9).

III. EXPRESSION

a) Imagine que es usted propietario de un bar. ¿Qué escribiría para avisar a su clientela del cambio de moneda? (5 points)

b) Conteste en español a la pregunta siguiente en unas 200 palabras (5 points)

¿A los 10 años de la moneda única, ¿sigue suscitando tanta ilusión colectiva el euro entre los ciudadanos de a pie? Justifique su respuesta.

ITALIEN

Tenova cresce all'estero e indica la strada alle Pmi

«Almeno il 30% delle aziende italiane ha la capacità di muoversi come stiamo facendo noi ma per raggiungere la Germania è l'intero sistema a dover fare un salto di qualità». Gianfelice Rocca, presidente di Techint, ci mostra su una carta geografica la nuova fisionomia di Tenova, tra i maggiori fornitori mondiali di tecnologie e servizi per l'industria metallurgica e mineraria. Con l'acquisto della sudafricana Bateman Engineering, Tenova raddoppia le proprie dimensioni e accelera nel business minerario. «Ormai – spiega Rocca – Tenova è un caso di studio ad Harvard: cinque anni fa fatturava 200 milioni, ora ci avviciniamo ai due miliardi e guardando al mercato minerario abbiamo dimensioni significative; vogliamo almeno il 10% di quota di mercato negli investimenti globali». L'acquisto di Bateman, 400 milioni di ricavi e 1.400 addetti in cinque continenti, arriva a pochi giorni dall'operazione da 2,7 miliardi di dollari che porta il gruppo a controllare insieme a Nippon Steel la maggioranza di Usinas Siderurgicas de Minas Gerais, tra i leader della siderurgia in Brasile. «Ora – aggiunge Rocca – copriamo il 50% della produzione di acciai "piani" dell'intera America Latina, nell'auto siamo leader, arriviamo ad avere 30 miliardi di tonnellate di riserve di minerale di ferro».

Dimensioni maggiori, dunque. E mercati emergenti.

La ricetta per lo sviluppo secondo Rocca non può prescindere da questi due aspetti, in un momento in cui la crisi globale torna a mordere. «Nel 2012 noi vediamo una crescita dell'1,5% nei Paesi sviluppati, di oltre il 4% in America Latina, del 6,5% in Asia. Il mondo è questo e noi dobbiamo capire che solo sviluppandosi oltreconfine è possibile per le aziende mantenere un forte e crescente presidio in Italia. Tenova lo dimostra, negli anni è cresciuta e in prospettiva queste acquisizioni non potranno che portare all'ingresso di una serie di profili professionali anche qui». Ma le tante Pmi italiane – chiediamo – come possono replicare un modello che richiede dimensioni come le vostre? «Sono fiducioso, di casi come il nostro credo ne vedremo molti, la crisi in fondo è un'occasione e accelera questi processi. Del resto, io non vedo grandi alternative: se non ci muoviamo in questa direzione avremo problemi giganteschi. Il salto di qualità però deve essere globale, con il Paese che si allinea alle imprese e le sostiene. Spesso siamo vissuti come "controparte" ma io vorrei ricordare che nel bene o nel male il futuro del Paese è sulle spalle degli imprenditori».

Rocca insiste sulla necessità per l'Italia di impostare una strategia di medio termine in grado di far recuperare il divario di competitività lasciato sul campo nei confronti della Germania. «Loro hanno fatto per tempo i compiti a casa, noi no. Il gap competitivo che si è creato negli ultimi anni nel settore dei servizi e della Pa¹ vale 20 punti percentuali, 6-7 in quello dei beni commerciabili, dunque legati all'export. La chiave di volta è il miglioramento nell'utilizzo del tempo, la flessibilità nel lavoro, la rapidità negli accordi sindacali. L'orologio in Asia corre più veloce e noi dobbiamo adeguarci». [...]

«Nelle dichiarazioni pubbliche mi pare che non ci sia ancora la comprensione della gravità della crisi. Ma nella società italiana più profonda io credo si cominci a capire che il cambiamento fosse necessario, inevitabile. L'Italia deve scegliere se diventare un po' più "nordica" nei comportamenti oppure uscire dal club europeo. È una rivoluzione culturale, ma se riusciremo a farla potremo mettere a frutto i grandi punti di forza del nostro Paese: il made in Italy, la creatività, l'arte e la nostra cultura. È l'ora dei sacrifici, ma la prospettiva di un secondo miracolo economico è alla nostra portata».

Luca Orlando, *Il Sole 24 ore - Economia*, 14 dicembre 2011

¹ la Pa : la Publica amministrazione

TRAVAIL À FAIRE

1) COMPRÉHENSION (10 points)

a) Version (5 points)

Traduire en français depuis « cinque anni fa fatturava 200 milioni... » jusqu'à « ... mercati emergenti. » (lignes 7 à 16)

b) Résumé (5 points)

Faire en français le résumé de ce texte (150 mots, -/+10%)

2) EXPRESSION (10 points)

Commenter en italien l'affirmation suivante : (200 mots)

« L'Italia deve scegliere se diventare un pò più "nordica" nei comportamenti oppure uscire dal club europeo. È una rivoluzione culturale, ma se riusciremo a farla potremo mettere a frutto i grandi punti di forza del nostro Paese: il made in Italy, la creatività, l'arte e la nostra cultura. È l'ora dei sacrifici, ma la prospettiva di un secondo miracolo economico è alla nostra portata».