

NB : le candidat traitera au choix, l'un des sujets.

SUJET 1 : LE RESUME

(4 Heures)

“Le phénomène des influenceurs”

Les marques de luxe avaient l'habitude de parler en monologues. Les informations sur leurs dernières collections ne circulaient que dans un sens : de la salle du conseil d'administration aux acheteurs, en passant par les panneaux d'affichage et les articles des magazines sur papier glacé. À l'ère des médias sociaux, les acheteurs répondent. Un groupe, en particulier, parvient à se faire comprendre des patrons de la mode : les influenceurs. Ces personnes ont gagné une grande popularité en critiquant, en faisant de la publicité et parfois en dénonçant des produits. Leur célébrité ne provient pas d'activités non numériques, comme c'était le cas pour les plus grandes célébrités qui dominaient les rangs des ambassadeurs de marque, mais d'une utilisation avisée d'Instagram, Snapchat ou TikTok. Leurs posts semblent futiles. Leur activité ne l'est pas.

Pour les consommateurs, les influenceurs sont à la fois une publicité ambulante et un ami de confiance. Pour les intermédiaires qui s'interposent entre eux et les marques, ils sont une denrée rare. Pour les entreprises propriétaires des marques, ils sont en train de devenir une voie d'accès aux consommateurs de la génération des millennials et de la génération Z, qui seront responsables de 70 % des quelque 350 milliards de dollars de dépenses mondiales en articles de luxe d'ici 2025, selon le cabinet de conseil Bain. Et pour les régulateurs, ils font l'objet d'une surveillance de plus en plus étroite. Le 29 mars, des informations ont fait surface selon lesquelles les autorités chinoises, très paternalistes, prévoient d'imposer de nouvelles restrictions sur les sommes que les internautes peuvent dépenser pour donner des pourboires à leurs influenceurs préférés, sur les sommes que ces influenceurs peuvent percevoir de leurs fans et sur ce qu'ils sont autorisés à publier. Tout cela fait qu'il est impossible de les ignorer.(...)

De nombreux influenceurs gèrent leur production d'une manière que les ambassadeurs traditionnels ne pourraient jamais faire. Ils sont à la fois monteurs vidéo, scénaristes, spécialistes

de l'éclairage, réalisateurs et artistes principaux. Jackie Aina, dont les conseils de beauté attirent plus de 7 millions de followers sur plusieurs plateformes, explique l'importance d'un équipement de haute qualité capable de montrer la texture, l'étalonnage précis des couleurs – "sans oublier l'éclairage". La réalisation des vidéos "lifestyle" de 30 secondes de Mme Aina sur TikTok peut prendre plusieurs heures. Cette valeur de production, associée à l'accès à l'audience des influenceurs, se traduit par une valeur ajoutée pour les marques. L'évaluation précise de cette valeur est une science inexacte. Launchmetrics, une société d'analyse, tente de la saisir en suivant la visibilité d'une campagne sur les supports imprimés et en ligne. La "Media Impact Value" (MIV pour valeur d'impact médiatique) qui en résulte reflète le montant qu'une marque devrait dépenser pour obtenir un degré d'exposition donné, ce qui est en soi une indication du rendement attendu d'une campagne de marketing. Selon cette mesure, que les marques utilisent pour se situer par rapport à leurs concurrents, le mariage de trois jours de Chiara Ferragni, une Italienne qui compte 27 millions de followers sur Instagram, qui a un penchant pour le rose et qui a fait l'objet d'une étude de cas à la Harvard Business School, a généré un total de 36 millions de dollars en MIV pour des marques telles que Dior, Prada, Lancôme et Alberta Ferretti, qui a fabriqué les robes des demoiselles d'honneur. Une valeur à comparer aux 25 millions de dollars de la campagne vidéo plus conventionnelle – et presque certainement plus coûteuse – de la collection automne/hiver 2021 de Louis Vuitton, pour laquelle la maison de couture a fait appel à BTS, un groupe pop sud-coréen à succès.

Outre les nouvelles opportunités, les influenceurs présentent de nouveaux risques, en particulier pour les marques dont l'identité de luxe repose sur le respect des prix et l'exclusivité. Les événements de shopping en streaming organisés avec des influenceurs en Chine par Louis Vuitton et Gucci ont été ridiculisés pour avoir dévalorisé les marques. Et les équipes importantes d'influenceurs à plein-temps peuvent faire grimper la facture. Adam Knight, cofondateur de Tong Global, une agence de marketing ayant des bureaux à Londres et à Shanghai, note que le succès du live-streaming de Lipstick King a alimenté la demande pour ses services de la part des marques, mais aussi ses propres exigences qualifiées de royales. Les honoraires, les commissions et les avantages exclusifs de M. Li ne sont rentabilisés que si l'événement est un succès retentissant. Sinon, dit M. Knight, le bénéfice du client "s'érode complètement".

Il y a aussi des coûts plus indirects à prendre en compte. Une foule d'ambassadeurs de marque plus jeunes et plus imprévisibles est plus difficile à contrôler pour les marques qu'une ou deux superstars sous contrat exclusif avec des clauses de bonne conduite. Bien que les contrats plus courts des influenceurs les rendent plus faciles à remplacer s'ils dépassent les bornes, les écarts de conduite peuvent être coûteux. Avant la dernière vague de mesures, les autorités chinoises avaient déjà forcé la suppression de 20 000 comptes d'influenceurs l'année dernière au motif qu'ils "polluaient l'environnement internet". Les marques de luxe auraient réduit leurs dépenses en influenceurs en Chine en réaction. Les régulateurs du monde entier, ainsi que certaines plateformes de médias sociaux, commencent à sévir contre les influenceurs qui ne signalent pas leurs contenus comme étant des publiereportages.

Ces inquiétudes expliquent pourquoi certaines maisons de luxe se méfient des influenceurs. Hermès, le fournisseur français de foulards et de sacs Birkin, maintient une présence sur les médias sociaux qui est manifestement sans influenceurs. Mais d'autres estiment que les avantages l'emportent sur les coûts. Malgré les échecs de Louis Vuitton et de Gucci en matière de live-streaming, LVMH et Kering, les propriétaires respectifs de ces marques, continuent de s'appuyer sur les influenceurs pour créer une dynamique sur les médias sociaux. Selon Flavio Cereda-Parini, de la banque d'investissement Jefferies, pour faire partie du top 10 des marques, il faut savoir jouer le jeu du numérique. Si ce n'est pas le cas, "vous ne serez pas dans le top 10 très longtemps".

The Economist, www.lenouveleconomiste.fr, Publié le 07 Avril 2022.

QUESTIONS :

1.a – Selon le texte, que sont les influenceurs pour les consommateurs ?

1.b – Pourquoi l'auteur affirme-t-il que « les marques de luxe avaient l'habitude de parler en monologue » ?

1.c – Expliquez, selon le contexte, les expressions suivantes : « activités non numériques », « paternalistes ».

2 – Résumez ce texte en 200 mots avec une marge de tolérance de plus ou moins 10%.

Indiquez le nombre de mots à la fin de votre résumé.

3 – Etayez cette affirmation de l'auteur : « les influenceurs présentent de nouveaux risques ».

L'ADMINISTRATEUR

Et nous leur aurions volé cette terre ?
Ah ! non ! et ce n'est pas la même chose
nous l'avons prise !
A qui ?
A personne !
Dieu nous l'a donnée...
Et de fait, est-ce que Dieu pouvait tolérer qu'au
milieu du remous de l'énergie universelle, se
prostrât cet énorme repos, ce tassement prodigieux,
si j'ose dire ce provoquant avachissement.
Oui nous l'avons prise
Oh ! pas pour nous ! pour tous !
Pour la restituer, inopportune stagnation, à l'universel mouvement !
Et pour que tous en profitent,
Comme un scrupuleux fermier
Comme un mandataire fidèle, nous la garderons

(Il s'assied lourdement.)

Peuple ingrat !
C'est d'ailleurs un point à débattre s'il y a au
monde, en dehors de nous, quelque peuple
qui pense, je dis qui vraiment pense et non qui
rumine le confus mélange de quelque brume
d'idées ramenée à ras de cervelle toutes tièdes
de leur respiration ou de leur sommeil.

(Las.)

Ah nous sommes seuls
Et quel fardeau !
Porter à soi seul le fardeau de la civilisation !

(Il se lève. Arpentant la véranda.)

Et qui donc sans nous, recenserait les peuples et
comptabiliserait le monde ?
Et voici que par nous le droit se saisissant de
l'héritage de l'instinct immonde, en fait à
l'Homme la dédicace.

Aimé CÉSAIRE, *Et les chiens se taisaient*, Acte I, pp. 10-11,
Paris, Présence Africaine, 1958.

TRAVAIL A FAIRE : Après avoir séquentialisé le texte, faites-en une étude lexicale et sémantique

EXERCICE 1 : ALLEGEMENT DES PHRASES

Allégez le texte ci-dessous :

S'inscrire à l'université signifie donc plus que changer simplement de lieu de résidence ou de travail impliquant que vous modifiez votre conception de l'étude; certes, vous restez à l'université la même personne que celle que vous étiez au lycée, mais vous ne tardez pas à vous voir vous-même sous un autre jour et cela vous conduit obligatoirement à vous transformer en un autre type d'élève, quoi qu'en disent certains, l'université fait absolument partie du «monde réel» ; si les établissements d'enseignement supérieur différent du reste du monde, ils le doivent uniquement au fait que ce sont des lieux consacrés à l'étude et à une réflexion à la fois profonde, paisible et sans frontières; mais laisser entendre qu'un endroit où l'on apprend à penser juste et à étudier les choses en profondeur, où l'on a le temps de mûrir quelques-unes des décisions les plus importantes de notre vie, est de quelque manière coupé du reste du monde, c'est commettre une profonde erreur; affirmer que l'université est située hors du monde, c'est affirmer que la réflexion et la connaissance ne trouvent pas place dans la vie, quand tout tend à prouver le contraire.

EXERCICE 2 : LA JUSTESSE LEXICALE

Trouvez le mot juste.

1. Son frère **joue** au football.
2. Personne ne voulait **jouer** sa fortune.
3. Je vais vous **jouer** un disque.
4. Les étudiants de Licence 2 Lettres Modernes ont décidé de **parer** une salle pour leur bal.
5. Les responsables de la sécurité prennent des dispositions pour **parer** à toute éventualité.
6. Cette mésaventure vous **enseignera** à être plus prudent.
7. On a longtemps **enseigné** que la nature avait horreur du vide.
8. Ce médecin **a prodigué** de bons conseils et des soins aux patients.
9. Cette solution **offre** de nombreux avantages.
10. Ce médecin **expédie** dix consultations en une heure.

EXERCICE 3 : LES FIGURES DE RHÉTORIQUE

IDENTIFIEZ LES FIGURES DE STYLE DE CE CORPUS

- 1 – Les ravins sont torrents de sang, la fontaine source de sang.
- 2 – La rue assourdissante autour de moi hurlait.
- 3 – Le thaïlandais a un très bon goût.
- 4 – Ses larmes ont formé un océan de pleure.
- 5 – Ma jeunesse ne fut qu'un ténébreux orage.
- 6 – Il faut manger pour vivre et non pas vivre pour manger.
- 7 – Car j'ignore où tu fuis, tu ne sais où je vais.
- 8 – Incroyable mais vrais !
- 9 – Il vient de rendre son dernier soupir.
- 10 – On peut enlever un homme à son pays, mais on ne peut pas enlever le pays au cœur de l'homme.
- 11 – Quelle admirable laideur !
- 12 – Mon esprit est un monstre sauvage.
- 13 – Je me meurs, je suis mort, je suis enterré.
- 14 – Il vient d'acheter une japonaise.
- 15 – Cette ville est semblable à un cimetière.
- 16 – L'État est un monstre froid.
- 17 – C'est un trou de verdure où chante une rivière.
- 18 – Il fut surpris par le royaume du silence éternel.
- 19 – Des cadavres dessous et dessus des fantômes.
- 20 – Comme le forçat à la chaîne
Comme au jeu le joueur têtue
Comme à la bouteille l'ivrogne
Comme aux vermines la charogne.

EXERCICE 4 : LES TONALITÉS

RELEVEZ AVEC INDICES À L'APPUIS, LES TONALITÉS DE CE CORPUS.

- 1- Une terrible nouvelle. On venait de jeter Antigone dans son trou (...). Antigone est au fond de la tombe pendue aux fils de sa ceinture, (...), et Hémon à genoux qui la tient dans ses bras et gémit (...). Hémon regarde ce vieil homme tremblant à l'autre bout de la caverne et, sans rien dire, il se plonge l'épée dans le ventre et il s'étend contre Antigone, l'embrasse dans une immense flaque rouge. En apprenant la mort de son fils, la reine a posé ses aiguilles, sagement, (...) est passée dans sa chambre pour s'y couper la gorge.
- 2- Mon isolement était total ; seules mes initiatives tapageuses m'ouvraient, de temps en temps, l'univers des hommes. J'en étais venu à me contenter de peu ; à mes heures d'effondrement, je quêtai une insulte, une claque, un coup de pied, n'importe quoi. Quand nul ne daignait m'adresser la parole, je retournais à mon gîte, seul, cruellement déçu.
- 3- Quand elle eut de mes os sucé toute la moelle. Et que
Languissamment je me tournai vers elle
Pour lui rendre un baiser d'amour,
Je fus surpris par sa beauté sauvage
Et de mes mains, je lui caressai le visage.
- 4- Un artiste habile (...) a répondu aux délégués de la paix, les étranges paroles que voici : « La guerre est sainte, d'institution divine ; c'est une des lois sacrées du monde ; elle entretient chez les hommes les grands, les nobles sentiments, l'honneur, la vertu, le courage, et empêche de tomber dans le plus hideux matérialisme ! ». Ainsi, se réunir en troupeaux de quatre cent mille hommes, marcher jour et nuit sans repos, ne penser à rien, ne rien étudier, (...), n'être utile à personne, (...), piller, brûler les villages, ruiner les peuples, voilà ce qu'on appelle ne pas tomber dans le plus hideux matérialisme !
- 5- ...Autour d'un homme, tête altièrre, âpre, escarpée, _Que protège le cercle immense d'une épée. _(...) de l'autre côté, un seul ; tragique duel ! _ lutte énorme ! (...) Qui pourrait dire (...) ce que fait là le tonnerre au milieu des nuées ? (...) _Larges coups, flots de sang par des bouches vomis, _Faces se renversant en arrière livides, _Casque brisés roulant comme des cruches vides, _ Flots d'assaillants toujours repoussés, blessés, morts, _ Cris de rage ; ô carnage ! ô terreur ! corps à corps _ d'un homme contre un tas de gueux épouvantable !
- 6- Monsieur S. était ignoble des pieds à la tête. Ses cheveux étaient teints outrageusement, calamistrés¹, séparés au milieu par une raie bien nette, sa moustache teinte était relevée à l'ancienne mode(...). Son nez était ignoble, avec le bout rond, gros et retroussé. Sa bouche était ignoble : déformée sur ses bords, luisante, baiseuse, suceuse et lécheuse : une bouche à cancer dans trois ans...
- 7- **MARTINE**- Mon Dieu ! je n'avons pas étugué comme vous..._ **BELISE**- Ton esprit, je l'avoue, est bien matériel. "je" n'est qu'un singulier, "avons" est pluriel. Veux-tu offenser la grammaire ?
_ **MARTINE**- Qui parle d'offenser grand-mère ni grand-père ?_ **PHILAMINTE**- Ô Ciel !
- 8- Mon enfant il te faut travailler pour t'en sortir car la vie aujourd'hui est plus difficile que hier. Fuit celui qui n'aime pas le travail et dit toi qu'il n'y a que le travail qui peut te donner ton pain.

¹ Calamistrés : ondulés et recouverts de brillantine.