

Ключи

Блок 1. Фразовая связность

10 баллов

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	I	H	A	K	E	D	G	F	B

Блок 2. Лексико-грамматический тест

10 баллов

1	À
2	de
3	achète
4	s'est arrêtée
5	qui
6	en
7	goûter
8	accepté
9	-
10	du

Блок 3. Лексико-грамматический тест

10 баллов

1	avait donné
2	aurais dévoré
3	mettre
4	a raconté
5	a trouvé
6	est arrivé
7	transférer
8	faisait
9	roulait
10	s'est arrêtés

Блок 4. Понимание письменного текста

15 баллов

1 б. за правильный выбор «Vrai/Faux» + 1 б. за правильное обоснование = 2 балла.

1 б. за «Non mentionné».

NB ! В ключах указаны выдержки из текста-основы.

1. Le rôle d'un influenceur est de stimuler les achats des consommateurs.

Réponse : Vrai

Justification : Personne qui, en raison de sa popularité et de son expertise dans un domaine donné (la mode, par exemple), est capable d'influencer les pratiques de consommation des internautes.

2. Le média préféré des influenceurs pour donner leur avis est la télévision.

Réponse : Faux

Justification : L'influenceur est un relais d'opinion en ligne, avec son style et sa manière de parler. On le trouve sur YouTube, Instagram, TikTok ou Twitch. S'il aime écrire, il y a Twitter, mais l'outil de prédilection reste la vidéo.

3. La publicité sur Internet est plus efficace que la publicité traditionnelle.

Réponse : Vrai

Justification : Les 15-20 ans, en particulier, traînent de plus en plus sur les réseaux et de moins en moins devant la télé. Il est donc plus facile de les atteindre via un influenceur qu'avec une page de publicité classique.

4. Les influenceurs permettent aux entreprises de faire des économies sur la publicité.

Réponse : Vrai

Justification : Autre atout pour une entreprise qui veut promouvoir son produit : une vidéo pour le Web est plus rapide à réaliser et revient moins cher qu'un spot télé.

5. Parfois les influenceurs essaient de vendre de faux produits aux jeunes.

Réponse : Non mentionné

Justification :

6. Les entreprises spécialisées aident les marques à contacter les influenceurs.

Réponse : Vrai

Justification : ...il existe des agences spécialisées dans la mise en relation entre marques et « créateurs de contenu » (terme chic pour désigner les influenceurs). Elles négocient les contrats, briefent les créateurs, étudient l'impact d'une promo...

7. Les influenceurs appelés « ambassadeurs » sont payés par un pays qu'ils représentent.

Réponse : Faux

Justification : D'autres, les « ambassadeurs », ont des contrats longue durée avec une marque : ils doivent régulièrement la mentionner et sont payés pour cela à l'année.

8. Selon la loi, il est possible de faire de la publicité sur Internet sans le mentionner.

Réponse : Faux

Justification : Dans tous les cas, les influenceurs ont l'obligation légale de mentionner clairement qu'ils sont sponsorisés.

Influenceurs: pourquoi tant de succès?

Un influenceur est quelqu'un qui exprime son point de vue, raconte sa vie et donne des conseils sur Internet. Voici la définition du Larousse, où le mot est entré en 2018 : « **Personne qui, en raison de sa popularité et de son expertise dans un domaine donné (la mode, par exemple), est capable d'influencer les pratiques de consommation des internautes.** » Ce qui le distingue de vous, c'est sa « communauté ». Qu'il ait 5 000 ou 300 000 abonnés, tous l'écoutent.

L'influenceur est un relais d'opinion en ligne, avec son style et sa manière de parler. On le trouve sur YouTube, Instagram, TikTok ou Twitch. S'il aime écrire, il y a Twitter, mais l'outil de prédilection reste la vidéo. Bref, l'influenceur est quelqu'un qui s'exprime... mais sur quel sujet ? Eh bien, chacun parle de sa passion : la mode, les jeux vidéo, la danse ou la musculation.

Les marques s'intéressent aux influenceurs parce que c'est très efficace pour s'adresser aux plus jeunes. **Les 15-20 ans, en particulier, traînent de plus en plus sur les réseaux et de moins en moins devant la télé.** Il est donc plus facile de les atteindre via un influenceur qu'avec une page de publicité classique. Autre atout pour une entreprise qui veut promouvoir son produit : une vidéo pour le Web est plus rapide à réaliser et revient moins cher qu'un spot télé. On parle de « marketing d'influence », et **il existe des agences spécialisées dans la mise en relation entre marques et « créateurs de contenu »** (terme chic pour désigner les influenceurs). Elles négocient les contrats, briefent les créateurs, étudient l'impact d'une promo.

La principale source de revenus des influenceurs est le sponsoring. **Ils sont payés par des marques pour parler d'elles ou de leurs produits.** Certains sont sponsorisés pour une seule publication ou une opération (par exemple, cinq posts sur un mois). **D'autres, les « ambassadeurs », ont des contrats longue durée avec une marque : ils doivent régulièrement la mentionner et sont payés pour cela à l'année.** Mais leur rémunération peut aussi dépendre du nombre de réactions aux posts, ou bien se faire en cadeaux, bons d'achats, codes promo... Parfois, il n'y a même pas besoin de citer la marque : le produit fait alors partie du décor lorsqu'un influenceur pose avec son nouveau T-shirt. C'est ce que l'on appelle du placement de produit. Les annonceurs adorent ! On se dit qu'un influenceur porte ce T-shirt parce qu'il l'aime, pas parce qu'il est payé pour. La présence de l'objet poussera encore plus les fans à l'acheter. **Dans tous les cas, les influenceurs ont l'obligation légale de mentionner clairement qu'ils sont sponsorisés.**