

# **DIPLÔME SUPÉRIEUR DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION**

## **UE8 – ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE**

**ALLEMAND**

**SESSION 2025**

**Durée : 3 heures – Coefficient : 1**

**Aucun matériel n'est autorisé.**

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 4 pages, numérotées de 1/4 à 4/4**

## SUJET

### Document 1

#### Hosen von hier

*Von Anja Dilk*

Es ist erstaunlich leise für eine Welt, in der dutzendfach Nähmaschinen<sup>1</sup> rattern. „Die Produktivität höre ich am Geräusch“, sagt der Chef dieser Welt und spitzt die Ohren. Hans-Uwe Gansfort lächelt. 1.200 Jeans pro Tag, gefertigt in etwa 17 Minuten pro 5 Stück. In Mönchengladbach.

Eine Jeansfabrik am Niederrhein<sup>2</sup> 2023? Wo vor Jahren die traditionelle Textilregion abgewickelt<sup>3</sup> wurde, schnurren wieder Nähmaschinen? Gansfort nickt. Die Globalisierung ist auf Rückwärtskurs, die Produktion kommt zurück ins Land. Und er will zeigen, dass das geht: Massenmode made in Germany. Günstig, nachhaltig, lokal.  
10 In der ersten Jeansfabrik von C&A in Deutschland.

*August Monforts Maschinenfabrik* steht in goldenen Lettern am Giebel<sup>4</sup>. Im 19. Jahrhundert wurde die Firma Weltmarktführerin im Bau von Textilmaschinen. Heute ist das „Monforts-Quartier“ eine Innovationslandschaft für Tech-Start-ups und ein Textil-Forschungszentrum der Stadt und der Hochschule Niederrhein.

15 Der Fabrikchef steht unter Druck. 400.000 Jeans im Jahr sollen bald vom Band laufen, 2.000 am Tag, wenn es optimal läuft. Acht Modelle von Flare bis Skinny aus lokaler Produktion für die Kund:innen im Laden, für 59 Euro das Stück. Gansfort: „Das macht uns unabhängig von Lieferketten.“

„Durch die Corona-Pandemie und den Krieg in der Ukraine hat die Branche gespürt,  
20 wie unsicher ihre Lieferketten sind“, sagt Katrin Freier, Professorin für Bekleidungsentwicklung an der Hochschule Niederrhein. „Zudem setzen die steigenden Kosten für Transport-Container, Rohstoffe wie Öl oder Baumwolle<sup>5</sup> und für Energie die Kleidungshersteller unter Druck“, so Freier. Also schauen sich Modeunternehmen zunehmend nach Alternativen um. Heißt, sie verlagern zumindest  
25 einen Teil der Produktion zurück nach Europa.

Wie kann das gehen: Im Deutschland von 2023 Mode zu machen? Für Gansfort steht fest: Nachhaltig muss es sein – um die ökobewussten Kund:innen zu überzeugen. Hochautomatisiert – um die hohen Lohnkosten abzufedern.

Gut 80 Menschen arbeiten in Mönchengladbach. Einige sind Profis. Andere haben sich  
30 in der zweimonatigen Qualifizierung eingefuchst<sup>6</sup>, die Arbeitsagentur und Textilakademie mit der Hochschule Niederrhein und C&A entwickelt haben. C&A zahlt nach Tarif. Etwa 14 Euro die Stunde gibt es im Schnitt, je nach Qualifikation. Die

---

<sup>1</sup> nähen: coudre

<sup>2</sup> der Niederrhein: le Rhin Inférieur (vallée du fleuve située entre Cologne et son delta aux Pays-Bas)

<sup>3</sup> abwickeln = liquidieren

<sup>4</sup> der Giebel: le pignon (triangle au sommet d'un bâtiment, sous la charpente)

<sup>5</sup> die Baumwolle: le coton

<sup>6</sup> sich einfuchsen = sich einüben

Lohnkosten sind zehnmal so hoch wie in Bangladesch. Vor allem deshalb kostet die Jeans doppelt so viel wie die Standardware. 59 statt 30 Euro. Die Gewinnmarge ist 35 Firmengeheimnis<sup>7</sup>.

Und wie nachhaltig ist Ihre Fabrik, Herr Gansfort? Ein Durchgang führt zur Waschhalle. In gewaltigen Trommeln drehen sich Jeans im Wasserbad. Das modulare Filtersystem spart Wasser: 10 Liter braucht es nur pro Jeans – statt 60 bis 90 wie sonst. Fünfzig Prozent des Waschwassers wandert in den Kreislauf zurück, sagt der Fabrikchef und führt zur Laserbox. Der Used-Look wird auf den Stoff gelasert. Keine Chemikalien nötig. Die Energie soll sich mal aus einem Mix von Wind und Solar aus eigener Produktion speisen. Das Ziel: CO<sub>2</sub>-frei werden. Gansfort setzt auf kurze Lieferketten. Nur die Baumwolle kommt aus Afrika und Indien. Bio-zertifiziert wie alle anderen Zutaten nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS).

Nach: *Good Impact*, Heft 05/2023 (gekürzt)

## Document 2

### Die textile (R)Evolution

Die Produktion wieder näher an die Absatzmärkte zu rücken, liegt im Trend. Das spart Zeit, Kosten und ist gut für die Umwelt. Für die europäische Textilindustrie ist die teilweise Rückkehr von den Low-Cost-Fabriken in Asien vor allem eine Frage der Technik.

5 Die *robotextile*-Gründer Michael Fraede und Michael Müller gingen speziell ein Problem an, für das Automatisierer zuvor keine Konzepte vorlegen konnten: nämlich die Handhabung<sup>8</sup> von verformbaren, flexiblen Textilien.

„Dies ist für einen Roboter etwas ganz anderes als die Handhabung von festen Werkstoffen wie Holz<sup>9</sup> oder Stahl – eine Herausforderung<sup>10</sup>, aber keine Unmöglichkeit“, weiß Professorin Maike Rabe, die das Forschungsinstitut für Textil und Bekleidung (FTB) an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach leitet.

„Es geht heute darum, die Textilproduktion nachhaltiger zu gestalten und sie näher an die Zielmärkte heranzurücken“, stellt Professorin Maike Rabe fest. Den Weg dorthin solle das Gemeinschaftsprojekt „Textilfabrik 7.0“ ebnen.

15 In Mönchengladbach ist das deutsch-niederländische Bekleidungsunternehmen C&A mit seiner „Factory for Innovation in Textiles“ (FIT) in das T7-Entwicklungsprojekt eingestiegen. C&A baut unter anderem mit Hilfe von *robotextile*, der Hochschule Niederrhein und ihrer Projektpartner eine weithin automatisierte Fertigungslinie auf.

Nach: [www.kuka.com/de-de/branchen/loesungsdatenbank/2022/06/robotextile\\_kleinrobotik-in-der-textilproduktion#](http://www.kuka.com/de-de/branchen/loesungsdatenbank/2022/06/robotextile_kleinrobotik-in-der-textilproduktion#), 06.2022 (gekürzt)

---

<sup>7</sup> das Geheimnis : le secret

<sup>8</sup> die Handhabung : (ici) la manipulation, le maniement

<sup>9</sup> das Holz : le bois

<sup>10</sup> die Herausforderung (-en) : le défi

## I. COMPRÉHENSION ÉCRITE (10 points)

En vous appuyant sur les deux documents, vous rédigerez une synthèse **en français** (210 mots +/- 10 %) concernant l'usine C&A de Mönchengladbach en mettant en avant les points suivants :

- les raisons qui ont amené C&A à relocaliser une production de jeans en Allemagne et à choisir le site de Mönchengladbach ;
- les partenaires de C&A et leur rôle dans cette aventure ;
- les caractéristiques de l'usine C&A de Mönchengladbach sur le plan des ressources humaines et de l'outil industriel ;
- les objectifs ou ambitions à atteindre pour cette usine.

## II. EXPRESSION ÉCRITE (10 points)

- A. Vous répondrez **en allemand** (110 mots +/- 10 %) à la question posée inspirée d'une brève citation du document 2.

*„Die Produktion wieder näher an die Absatzmärkte zu rücken, liegt im Trend.“*

Erklären Sie die Gründe für diesen Trend. Kann das C&A-Experiment von anderen Firmen in anderen Industriebranchen genauso erfolgreich durchgeführt werden? Argumentieren Sie.

(4 points)

- B. Vous rédigerez une proposition de communiqué de presse **en allemand** (180 mots +/- 10 %) en respectant les consignes ci-dessous.

Vous travaillez en tant qu'assistant/e de madame Maike Rabe, ingénieure, professeure et directrice de l'Institut de Recherche sur le Textile et l'Habillement (FTB) à Mönchengladbach. Elle vous a chargé d'élaborer un communiqué de presse présentant le projet « Textilfabrik 7.0 ».

Celui-ci, destiné à être mis à disposition des différents médias locaux et nationaux, devra :

- présenter la nature et les objectifs du projet « Textilfabrik 7.0 » ;
- nommer les différents acteurs industriels / entrepreneuriaux / universitaires / territoriaux impliqués dans ce projet ;
- valoriser plus particulièrement les stratégies mises en œuvre et les objectifs atteints depuis 2021 au sein de la « Factory for Innovation in Textiles » (FIT) de C&A dans le cadre de « Textilfabrik 7.0 ».

(6 points)

# **DIPLÔME SUPÉRIEUR DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION**

## **UE8 – ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE**

### **ESPAGNOL**

### **SESSION 2025**

**Durée : 3 heures – Coefficient : 1**

**Aucun matériel n'est autorisé.**

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.**

## SUJET

### El viraje de las empresas familiares

Los negocios cambian y las familias también. Por eso no es de extrañar que las nuevas generaciones de las empresas familiares, normalmente segundas y terceras líneas de sucesión, quieran dejar su impronta. Estas generaciones han sido formadas en las mejores universidades nacionales e internacionales, han viajado, saben idiomas, algo que no siempre sucedía con las anteriores, tal y como destaca Fernando Vázquez, socio responsable de Empresa Familiar de Deloitte. De ahí que cada vez sea más frecuente que no deseen continuar con el negocio familiar, generalmente afecto a sectores tradicionales y en retroceso, y prefieran venderlo para montar con el capital obtenido estructuras patrimonialistas, según Cristina Cruz, directora del Centro de Familias Empresarias de IE University, bien a través de una sociedad de inversión o de un *family office*. Es un cambio de paradigma, dice, una tendencia que también constata el consejero delegado de Alantra Investment Banking, Javier García-Palencia.

[Porque, como destaca Vázquez, las nuevas generaciones tienen una menor aversión a invertir en productos financieros complejos e igualmente una menor aversión a ceder un porcentaje del capital a fondos de inversión, que son los compradores más activos de los últimos años. “Aunque vendan sus compañías, las familias siguen creando mucho valor, pero ya no lo hacen a través del negocio familiar”, indica la profesora Cruz. Y es porque la gente más joven quiere inmediatez en los resultados, reflexiona García-Palencia, así como invertir en los nuevos sectores que están surgiendo con la transformación de la economía. “No quieren hacer lo mismo que sus padres”, sostiene.] Y pone el ejemplo de un grupo que se ha desprendido de la compañía papelera familiar y el descendiente treintañero ha montado una sociedad patrimonial desde la que gestiona una empresa de *hostels* que está teniendo mucho éxito. [...]

Se dan el hambre y las ganas de comer: la convivencia de dos o tres generaciones en las empresas familiares españolas hace que ahora sean más frecuentes las ventas de las sociedades, dada la difícil cohesión entre ellas y la complejidad para gestionar los denominados “consorcios de primos”, aprecia Vázquez, y, por otro lado, la presencia de fondos con gran capacidad de inversión en España deriva en una gran demanda de compra de este tipo de compañías, lo que ha provocado cierta valoración al alza en el precio de las empresas, que ahora empieza a corregirse, en opinión de las fuentes consultadas.

Las principales razones para desprenderse de una empresa familiar, explica el responsable de Alantra, es que no haya descendencia, que los miembros de la saga se peleen y no logren ponerse de acuerdo sobre la gestión de la sociedad y los problemas que ha llevado la pandemia de coronavirus a las empresas, con unas familias cansadas y sin fuerza para superarlos. [...]

Las nuevas generaciones familiares también están apostando por invertir en negocios jóvenes y pujantes, sostiene Cristina Cruz, en *start-ups*, y otra de sus características es que están más preocupadas que las anteriores por las inversiones socialmente responsables, con impacto.

Carmen Sánchez-Silva, *El País*, 13/09/2023

## **I. COMPRÉHENSION (rédiger en espagnol) (6 points)**

1. Sobre el tema de las empresas familiares, ¿cómo se diferencian las nuevas generaciones de las anteriores?
2. ¿Por qué se venden cada vez más empresas familiares?

## **II. TRADUCTION (4 points)**

*Vous traduirez en français le texte entre crochets, depuis « [Porque, como destaca Vázquez... » (l. 14) jusqu'à « ...sostiene.] » (l. 22).*

## **III. EXPRESSION (rédiger en espagnol) (10 points)**

“Las nuevas generaciones familiares también están apostando por invertir en negocios jóvenes y pujantes, sostiene Cristina Cruz, en *start-ups*, y otra de sus características es que están más preocupadas que las anteriores por las inversiones socialmente responsables, con impacto.” (l. 39-42)

*Après avoir commenté brièvement cet extrait du document, vous exprimerez votre opinion en répondant à la question suivante en 200 mots (+/-10 %) :*

A su parecer, ¿qué lugar deben ocupar en una empresa las preocupaciones medioambientales?

# **DIPLÔME SUPÉRIEUR DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION**

## **UE8 – ÉPREUVE FACULTATIVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE**

### **ITALIEN**

### **SESSION 2025**

**Durée : 3 heures – Coefficient : 1**

**Aucun matériel n'est autorisé.**

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3**

## Lavoro, entro cinque anni le competenze cambieranno del 44% LinkedIn compie vent'anni e il suo country manager italiano, Marcello Albergoni, illustra le sfide presenti e future del mondo del lavoro

### Vent'anni di LinkedIn

All'inizio era semplicemente un luogo in cui pubblicare il proprio cv digitale, oggi è molto di più. Con 930 milioni di utenti a livello globale – e il traguardo del miliardo alle viste –, una media di 3 nuove iscrizioni al secondo e 8 assunzioni al minuto, LinkedIn è un laboratorio di condivisione ma allo stesso tempo il punto di partenza da cui andare a caccia di nuove competenze: ricerca indispensabile in un mondo che cambia sempre più velocemente e coglie nelle sfide digitali gli stimoli più vivaci. [...]

Incontriamo il country manager Marcello Albergoni di fronte alle vetrate che danno sui grattacieli di Porta Nuova, a Milano. “Non si tratta solo di trovare talenti per le aziende che popolano questi palazzi – spiega –, in questi vent'anni, LinkedIn è passato da luogo digitale di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro a contesto in cui i singoli possono presentarsi, descrivere l'evoluzione delle proprie hard e le soft skill<sup>11</sup>, fare formazione con migliaia di video, allargando sempre più il novero di professioni coinvolte sulla piattaforma”.

### Verso nuove competenze

“Negli ultimi sette anni - spiega Albergoni - le competenze sono cambiate del 25% e nei prossimi cinque cambieranno del 44%: occorre accelerare i tempi di apprendimento e adattare le tue capacità a un mondo del lavoro che cambia molto in fretta». E, anche per le aziende, LinkedIn è diventato il luogo dove illustrare oltre al proprio business, anche l'orizzonte dei propri valori di riferimento”. [...]

### Sempre più utenti giovani

“Siamo molto attenti a questi cambiamenti culturali - dice Albergoni -. In Italia gli iscritti a LinkedIn nati dopo il 1995 sono passati dall'1% al 14% negli ultimi dieci anni. Idem per ciò che riguarda la sensibilità per i temi Esg<sup>12</sup> o l'affermazione della leva della diversity in azienda. È un tema che è entrato anche al nostro interno: il successo viene dal portare a bordo gente con la testa diversa, che vede le cose anche da un angolo differente”. Il monitoraggio delle survey racconta che si continua a lavorare per lo stipendio, ma meno di prima: solo il 31% della Gen Z<sup>13</sup> cita la paga come principale ragione per un cambiamento. Pesa per i più giovani (18-24 anni), la ricerca di un miglior equilibrio tra vita privata e professionale (29%) e il fatto di sentirsi più sicuri nelle proprie capacità (29%) e quindi nella possibilità di trovare una posizione altrove. [...]

Se la direzione è chiara, meno facile è seguire il passo dell'evoluzione, faccio notare ad Albergoni, che sottolinea l'importanza della cura delle proprie competenze, delle potenzialità da sfruttare grazie agli innumerevoli corsi video che è possibile seguire sulla piattaforma, dai percorsi individuali da intrecciare con quelli dei colleghi. Il resto del mondo corre veloce e non si può restare fermi ad aspettare.

Se fino a pochi anni fa tirar tardi in ufficio era segno distintivo - esteriore, chiaramente, e talvolta fallace - di impegno e responsabilità, ora questi valori vengono misurati dal numero e dalla qualità dei corsi di formazione seguiti. Perché se le competenze sono la nuova moneta, ne serve molta per acquistare un futuro che non aspetta.

di Marco lo Conte, *lsole24ore.com*, 18/06/2023

<sup>11</sup> hard e soft skill : compétences professionnelles spécifiques et compétences personnelles générales.

<sup>12</sup> Esg : Environmental, social and governance.

<sup>13</sup> Gen Z : la generazione Z.

**A. COMPRÉHENSION (10 points)**

- 1) Expliquer, **en français**, pourquoi et de quelle manière le réseau social LinkedIn a fait évoluer les fonctionnalités de sa plateforme. (120 mots ± 10 %)  
(5 points)
- 2) Traduire, **en français**, le texte à partir de “Siamo molto attenti a questi cambiamenti...” (l. 22) jusqu'à “...anche da un angolo differente” (l. 27)  
(5 points)

**B. EXPRESSION (10 points)**

Traiter **en italien** le sujet suivant :

“Perché nel mondo del lavoro di oggi è indispensabile arricchire e sviluppare le proprie competenze?”. (200 mots ± 10 %)