

**EXAMEN PROFESSIONNEL POUR LE RECRUTEMENT D'INGENIEURS DES TRAVAUX
GEOGRAPHIQUES ET CARTOGRAPHIQUES DE L'ETAT**

SESSION 2019

⌘-⌘-⌘-⌘

**EPREUVE DE COMPOSITION FRANCAISE
SUR UN SUJET D'ORDRE GENERAL**

DUREE : 3 HEURES

AUCUN DOCUMENT N'EST AUTORISE

- Employer exclusivement de l'ENCRE NOIRE
- Sur la bande d'anonymat détachable de chacun des feuillets : inscrivez votre nom, prénom et signature, ainsi que la date de l'épreuve et le concours
- Ne mettre aucune marque de reconnaissance sur la copie, en dehors de la bande d'anonymat
- Numéroté les feuillets

SUJET :

« Il m'arrive de faire des conférences dans des entreprises où l'on ne voit que des patrons, et je commence toujours par: «Messieurs les talibans.» Quand ils demandent pourquoi je leur parle ainsi, je propose aux femmes de l'assistance de se lever, et il n'y en a jamais plus de 2%. Je réplique alors: «Aucun doute, vous êtes vraiment des talibans...» Heureusement, il suffit d'aller dans les universités pour constater que les médecins, juges et ingénieurs de demain seront des femmes. D'ailleurs, si j'ai appelé mon livre précédent *Petite Poucette*, et non « Petit Poucet », c'est parce que toute ma vie, mes meilleurs étudiants étaient des étudiantes. Elles étaient plus sérieuses et accrochées, alors que les hommes ont toujours été un peu plus flasques. » déclarait le philosophe Michel Serres, récemment disparu.

Quel crédit accordez-vous à ce propos ? Pensez-vous que la parité est en bonne voie ?

Vous répondrez dans un développement organisé et illustré d'exemples précis.

**EXAMEN PROFESSIONNEL POUR LE RECRUTEMENT D'INGENIEURS DES TRAVAUX
GEOGRAPHIQUES ET CARTOGRAPHIQUES DE L'ETAT**

SESSION 2019

⌘-⌘-⌘-⌘

**EPREUVE DE LANGUE
VERSION D'ANGLAIS**

DUREE : 1H30

AUCUN DOCUMENT N'EST AUTORISE

- Employer exclusivement de l'encre noire
- Numérotter les feuillets

CONSIGNE :

Traduire le texte, titre inclus

Jellyfish supper delivered by drone?

Radical future predicted for food



The food of the future could come in the form of stick-on patches and pills or be delivered by intravenous drip, according to a report that predicts what and how we could be eating as far ahead as 150 years from now.

Jellyfish suppers washed down with algae milk and bread made from insect protein may eventually become the norm, while

shoppers will be able to pick up “lab-grown” meat kits from dedicated supermarket aisles – or get them delivered by drone.

The report, commissioned by Sainsbury’s, the UK’s second largest supermarket, with input from futurologists and plant scientists, explores what we will be eating and how food will be produced in 2025, 2050 and in 2169.

It predicts that advances in technology and artificial intelligence will allow diets to be personalised and give consumers the option to consume nutrients and vitamins they need through a patch or pill, or in fortified foods.

More of us – driven by unprecedented awareness of animal welfare, health concerns and eco-anxiety – will put the planet first when writing our shopping list, the report says. It notes that current foods are not sustainable for an expanding global population that is predicted to increase to 9 billion in 30 years, and more than 11 billion in the next 150 years.

Sainsbury’s predicts that by 2169 it could be routine for people to hold details of their nutritional and health information in a personal microchip embedded in their skin, which will trigger an alert to the supermarket. It would then deliver by drone suitable food and drink based on their planned activities for the coming days.

[...]

In 30 years, consumers who find it hard to wean themselves off the staples of cod, salmon, haddock, tuna and prawns could be enjoying a less orthodox oceanic offering – jellyfish. Typically seen in the west as a last-resort food source, growing interest from researchers and chefs is triggering a rethink. The abundance of jellyfish due to warmer oceans and reduced predators means it may well be found in the snack aisle as crisps or as part of prepared meals.

[...]

The Guardian, May 16 2019

**EXAMEN PROFESSIONNEL POUR LE RECRUTEMENT D'INGENIEURS DES TRAVAUX GEOGRAPHIQUES ET
CARTOGRAPHIQUES DE L'ETAT**

SESSION 2019

⌘-⌘-⌘-⌘

**EPREUVE DE LANGUE
VERSION D'ESPAGNOL**

**DUREE : 1h30
AUCUN DOCUMENT N'EST AUTORISE**

→ Employer exclusivement de l'encre noire
→ Numéroté les feuillets

CONSIGNE :

Traduire le texte, titre inclus

Serendipia o eureka: dos formas de acertar muy diferentes

10 abril, 2019 / **IDEAS** por **Miguel Ángel Furones**

Colón quería llegar a las Indias, pero se equivocó y descubrió América. Eso es una **serendipia**.

Según Wikipedia, una serendipia es un descubrimiento o un hallazgo afortunado, valioso e inesperado que se produce de manera accidental, casual o por destino, o cuando se está buscando una cosa distinta.

Muchas de las grandes gestas de la historia (y otras no tan grandes) son fruto de esta hermosa palabra nacida a partir de una fábula persa del siglo XVIII. Desde el descubrimiento de la penicilina hasta el de la viagra, pasando por el *post-it* o el microondas.

Al otro lado está el **eureka**, la famosa interjección atribuida a Arquímedes de Siracusa cuando descubrió que el volumen de agua que asciende es igual al volumen del cuerpo sumergido.

Eureka es el encuentro con algo perseguido. Debió ser lo que gritaran Richard Francis Burton y John Hanning Speke cuando descubrieron las fuentes del Nilo en 1858, aunque, de hecho, un religioso español, el madrileño Pedro Páez, ya lo hubiera hecho con dos siglos de antelación.

Pero ya se sabe, en este país somos muy malos apuntándonos los méritos. Y si no, ahí están el autogiro de Juan de la Cierva o el submarino de Isaac Peral para demostrarlo.

Volviendo al tema, lo cierto es que en nuestra cultura el eureka está mucho más valorado que la serendipia. La fábula de Iriarte con su famoso «sonó la flauta por casualidad» o reflexiones despectivas del tipo «hasta un reloj estropeado acierta dos veces al día» son dos claros ejemplos.

Una discriminación completamente injusta, pues el hecho de que el azar nos eche una mano no disminuye en absoluto el mérito del hallazgo. La permanente disputa entre el acierto y el error es algo que nos sobrepasa. Y eso por una razón: en ocasiones, la historia nos demuestra que **los aciertos solo son errores que se equivocan**.

El hecho de que la serendipia sea mucho más sexi que el eureka es algo que saben muy bien los creativos publicitarios. Ellos utilizan frecuentemente el término *insight* para definir una verdad o un descubrimiento que, cuando le es revelado al consumidor a través de un anuncio, a este le resulta mucho más interesante y memorable que un beneficio obvio que ya habían descubierto por su cuenta.

Porque, en el fondo, la labor de la creatividad publicitaria consiste esencialmente en eso: en encontrar *insights* nuevos y relevantes y contarlos de una manera lo suficientemente atractiva como para que el consumidor asocie el placer de ese hallazgo con la marca que se lo descubre.

Resulta difícil de comprender la fascinación de la humanidad por el encuentro inesperado. Pero tal vez la razón sea que en el fondo sabemos que ese empujón que nos proporciona el azar es el que nos permite llegar más allá del límite que nos marcan nuestras propias limitaciones.

Lo que importa es el esfuerzo personal. Pero también hemos de contar con ese extraño valor añadido que nos ofrece la serendipia. Ya lo dijo Picasso: «La pintura es más fuerte que yo, siempre consigue que haga lo que ella quiere».

