

BTS ASSISTANT DE GESTION PME - PMI

SESSION 2008

ÉPREUVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

GROUPÉ 2

RUSSE

Durée : 2 heures
Coefficient : 1,5

L'usage d'un dictionnaire bilingue est autorisé.
L'usage de la calculatrice est interdit.

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

Кормить по-русски

В сети "Чайная ложка" посетителей хватает, а в обеденное время найти свободный столик вообще непросто. Только мало кто засиживается здесь больше, чем на 15 минут. "Именно этого мы и хотели", — говорят совладельцы "Чайной ложки" Борис Крупкин и Михаил Августин. "Это в кофейнях можно часами сидеть и болтать обо всем на свете, — поясняет Августин. — А мы строим бизнес на тех, кто хочет быстро поесть и через 15 минут бежать по своим делам дальше".

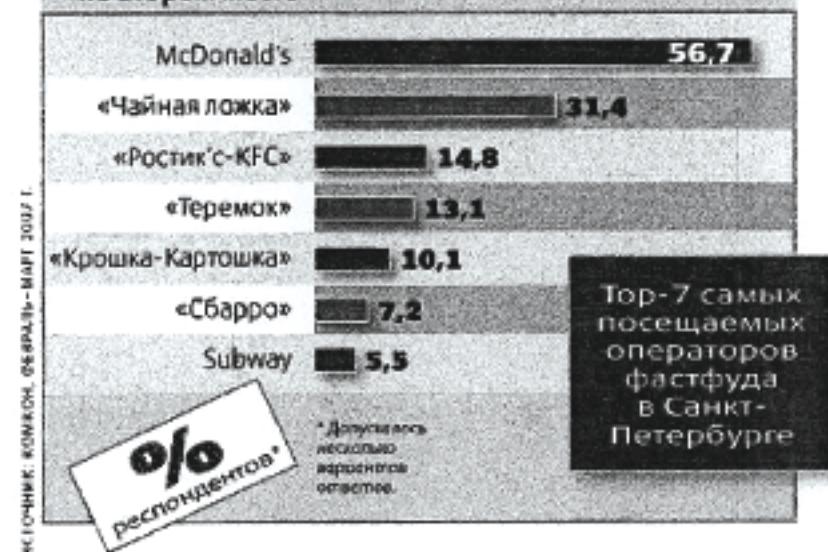
Бизнес интересы Бориса Крупкина и Михаила Августина встретились еще в 1997 году. Концепцию партнёры разрабатывали, взяв за модель американского лидера фастфуда компанию McDonald's. Над идеей нового проекта пришлось хорошо подумать, ведь кофеен и всевозможных закусочных в Петербурге было достаточно. "Я где-то прочитал, что до революции существовали чайные, в которых можно было недорого закусить самой обычной едой, — вспоминает Августин. — Нам понравилась идея сделать что-то национальное". Если "Ростик'с" кормит россиян куриными крылышками, сеть "Сбарро" (около 80 ресторанов) — пиццей и пастой, то в "Чайной ложке" решили продавать самую обычную еду: блины с начинками и салаты типа столичного. "А что еще обычный россиянин захочет есть каждый день?" — спрашивает Крупкин.

Первая чайная появилась в 2002 г. Самое главное для компании — держать цены ниже, чем в McDonald's. Средний чек здесь в пределах 100-120 руб., а у американского конкурента — 120-150 руб. Покупателей стараются обслуживать за 2-3 минуты.

Попытку создать альтернативу американскому гиганту, создав сеть фастфуда с национальной кухней, первым предприняло московское "Русское бистро" еще в 1995 г. "Тогда еще мало кто понимал, что такое фастфуд", — считает Крупкин. Теперь, по его мнению, потребители привыкли к разным форматам и наступило самое подходящее время для захвата рынка национальными проектами.

► ТВЕРДОЕ «СЕРЕБРО»

В Петербурге «Чайная ложка» прочно закрепилась на втором месте



Источник: Консалтинговая группа «Маркет 2007».

Елена Прогорская
ФМ18 (59) 21 мая 2007

Постоянный адрес материала: <http://www.smoney.ru/article.shtml?2007/05/21/2938>

Travail à faire par le candidat

I. Compréhension (/05)

Traduire en français de « В сети “Чайная ложка” ... » jusqu’à « ... бежать по своим делам дальше. »

II. Expression (/15)

Répondre en russe aux questions suivantes :

1. На примерах из текста и таблицы объясните, что общего у «Чайной ложки» и Макдональдса и чем они отличаются?
2. Чем отличается, по вашему мнению, успех ресторанов быстрого питания в наши дни?