



Intercultural school
Talents pour le monde

EPREUVES D'ADMISSION

1^{er} CYCLE

SESSION 2021

LANGUE DE TRAVAIL : ESPAGNOL

I.DOSSIER

Doc. 1

Nace el *Crowdfarming*: llegan los consumidores-agricultores

Crowdfarming es una nueva iniciativa que pretende convertir a consumidores en 'agricultores' de los alimentos que consumen. Así lo plantea 'Naranjas del Carmen', una empresa agrícola valenciana que cultiva y vende naranjas a través de su página web. Según sus propietarios, quieren que sus clientes sean dueños de sus naranjos y que reciban sus propias frutas "durante toda su vida".

La filosofía de Naranjas del Carmen se basa en impedir el derroche de alimentos, que la Comisión Europea cifra en cien millones de toneladas al año, y en cultivar de forma sostenible de modo que se produzca sólo lo que se va a consumir y haciendo que el árbol sea el único lugar de almacenaje de frutas, explica Gónzalo Úrculo, cofundador de la iniciativa.

Según los autores de esta iniciativa, el *crowdfarming* posibilita que el consumidor reciba naranjas frescas en su casa a un 'precio justo', debido a que se cultiva lo que se va a consumir, y además sabe quién cultiva y cuida su árbol.

Este concepto de 'precio justo', según su cofundador, se debe a que hay una producción sin excedentes, cosa que no ocurre en los supermercados que "no tienen interés en reducir la producción, ya que si no hay tanta oferta, no tendrán tanta capacidad para decidir los precios".

Desde Naranjas del Carmen apuntan que mediante el *crowdfarming* el agricultor asegura tener su cosecha vendida ya que hay siempre un dueño detrás de cada árbol y esto hará que "esté motivado para producir calidad en lugar de cantidad". Otras ventajas que destacan es que el *crowdfarming* pone fin al "gran problema europeo" de derroche de alimentos y que reduce la huella de CO2.

Una vez que el cliente haya decidido tener su propio naranjo, esta empresa lo planta y le pone el nombre que el propietario desee. El árbol, aseguran desde 'Naranjas del Carmen', proveerá al cliente de frutas durante 25 años.

No es necesario esperar a que el árbol crezca para poder recibir en casa las naranjas, ya que quedará reservado para el cliente un árbol ya grande que proveerá de naranjas hasta que el del propietario haya crecido lo suficiente. El coste de tener un naranjo propio es de 80€ el primer año y de 36€ a partir del segundo año.

Doc. 2



PLANTAR

El FARMER planta un árbol nuevo para ti y le cuelga un cartel con el nombre que elijas.

Mientras tu árbol crece, el FARMER te envía la producción de uno de los árboles grandes.

El compromiso se renueva cada año durante la vida de tu árbol (puedes cancelarlo en cualquier momento).



ADOPTAR

El FARMER te asigna uno de sus árboles maduros y te reserva su producción.

El FARMER te envía parte o la totalidad de la cosecha del árbol que tengas adoptado.

El compromiso es sólo durante una cosecha. Cada año tú y el FARMER podréis confirmar si queréis continuar.

Doc. 3

La filosofía del CrowdFarming

CrowdFarming se describe como la revolución agrícola que une a las personas con sus alimentos. Fue una iniciativa creada por jóvenes agricultores en España, cuyo sueño es cultivar lo que realmente se vaya a consumir consiguiendo que cada árbol que planten o cada colmena que cuiden tengan su dueño.

Entonces la idea es sencilla: adopta un árbol frutero o una familia de abejas y te enviarán su cosecha de frutas o de miel directamente a tu casa. Cultivan la Tierra de forma responsable para las generaciones de ahora y para las que están por venir

Los fundadores y hermanos Gabriel y Gonzalo heredaron una granja de sus abuelos y se les ocurrió la idea de CrowdFarming: "Recibe tu comida directamente a casa. Aprende quién cultiva lo que comes, de dónde viene y cómo se produce «.

Hoy en día, Gabriel y Gonzalo no solo hacen CrowdFarming de los productos en su propio huerto, sino que también han creado una plataforma global para que más agricultores se unan y participen en esta iniciativa en cualquier parte del mundo.

¿Qué se puede adoptar a través de CrowdFarming?

Como Crowdfarmer, ¡actualmente puedes adoptar un árbol frutero, una colmena, un animal de granja o incluso un arrozal! Por ejemplo, si adoptas un naranjo, el agricultor plantará un naranjo para ti en su huerto y recibirás las naranjas directamente a casa. Algunos agricultores te dan incluso la opción de seguir su evolución con tu smartphone.

O si decides adoptar una familia de abejas, recibirás tu propia miel pura directamente de la colmena sin pasar por ningún tipo de proceso de producción. ¡Incluso ofrecen la opción de personalizar tus tarros de miel con el nombre que quieras! Con esta iniciativa, puedes aumentar la población de abejas gracias a Crowdfarming.

Actualmente puedes elegir entre diferentes tipos de árboles como un olivo, un almendro, un árbol de cacao o un árbol de granada. O puedes elegir adoptar una viña, una plantación de café, un arrozal e incluso una vaca para recibir su propio queso o una oveja merina para recibir tu propia manta de lana. ¡La decisión es tuya!

Compostaje y crowdfarming: formas de reducir el desperdicio de alimentos



II .QUESTIONS

Responde a las siguientes preguntas en español

- 1) *¿Qué piensas del **crowdfarming**? (10 líneas)*
- 2) *¿Piensas que puede acabar con el consumo de alimentos frescos en los supermercados? (10 líneas)*
- 3) *¿Te gustaría adoptar árboles para tu consumo directo? (10 líneas)*

III. TRADUCTION

Traduce en francés el siguiente fragmento.

Crowdfarming es una nueva iniciativa que pretende convertir a consumidores en 'agricultores' de los alimentos que consumen. Así lo plantea 'Naranjas del Carmen', una empresa agrícola valenciana que cultiva y vende naranjas a través de su página web. Según sus propietarios, quieren que sus clientes sean dueños de sus naranjos y que reciban sus propias frutas "durante toda su vida".

La filosofía de Naranjas del Carmen se basa en impedir el derroche de alimentos, que la Comisión Europea cifra en cien millones de toneladas al año, y en cultivar de forma sostenible de modo que se produzca sólo lo que se va a consumir y haciendo que el árbol sea el único lugar de almacenaje de frutas, explica Gónzalo Úrculo, cofundador de la iniciativa.

Según los autores de esta iniciativa, el crowdfarming posibilita que el consumidor reciba naranjas frescas en su casa a un 'precio justo', debido a que se cultiva lo que se va a consumir, y además sabe quién cultiva y cuida su árbol.

Este concepto de 'precio justo', según su cofundador, se debe a que hay una producción sin excedentes, cosa que no ocurre en los supermercados que "no tienen interés en reducir la producción, ya que si no hay tanta oferta, no tendrán tanta capacidad para decidir los precios".

Una vez que el cliente haya decidido tener su propio naranjo, esta empresa lo planta y le pone el nombre que el propietario desee. El árbol, aseguran desde 'Naranjas del Carmen', proveerá al cliente de frutas durante 25 años.

IV. Rédaction en langue maternelle.

« L'homme se doit d'être le gardien de la nature, non son propriétaire. »

Vous rédigez votre essai dans votre langue maternelle (500 mots maximum)