



BANQUE COMMUNE D'ÉPREUVES

Concepteurs : ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES
ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES
E.S.C.P. – E.A.P.
E.M. LYON

CONCOURS D'ADMISSION DE 2006

CODE EPREUVE :

75 AR2

CCIP-LV1

OPTIONS :

SCIENTIFIQUE, ECONOMIQUE, LETTRES & SCIENCES-HUMAINES, TECHNOLOGIQUE

PREMIERE LANGUE

SOUS-EPREUVE N° 2

ARABE – ITALIEN – PORTUGAIS – RUSSE

EXPRESSION ECRITE

Durée : 2 heures

Jedi 4 Mai 2006, Matin

N.B. : Les candidats ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

ARABE

Lire soigneusement le texte ci-dessous :

الغاية لا تبرر الوسيلة يا مدعي حراسة الفضيلة

أن تؤمن بقضية ما وتُسعى لتعريف الناس بها ليس أمراً سيئاً بشكل عام . بل إن استخدام الوسائل السلمية مثل الكتابة للتعبير عن الآراء أمر محمود وينبغي تشجيعه في أمتنا . لكن حين يتحول هذا القلم إلى أفعى تقطر سما وتسيء إلى سمعة الآخرين ، مستخدمة أدنى وأحقر الوسائل مثل الكذب والإشاعات والتدليس ، لتبرر ضرورة اتخاذ إجراء ما ، فهنا تحتاج هذه الأقلام إلى وقفة صارمة . فللأسف الشديد في زمن الانحطاط العربي والإسلامي استخدم البعض الكذب ، واخترعوا القصص ، كأداة من أدوات الدعوة إلى الله !

وموضوع اليوم يتناول أحد الأمثلة على ذلك ، فهناك مجموعة من الناس استيقظت بعد سبعين سنة من ظهور أول مستوصف أو مستشفى سعودي ، ليكتشفوا بأن ما يحصل فيهما من اختلاط أمر محرم يجب إيقافه ، وأنه لا بد من إقامة مستشفيات نسائية خاصة مثل المدارس والجامعات النسائية . والقضية ليست في كون هذه الفكرة خيالية لا يمكن تطبيقها ، بل المشكلة هي كيف تتم الدعوة لها ، لمعرفة أصحابها ابتداءً بأنها غير منطقية ، وأنه يستحيل على الدولة الاستجابة لمطالبهم لعدة أسباب .

فأولاً : الطب كان ولا يزال في الشرق والغرب من المجالات التي يكون فيها العنصر الرجالي هو الغالب لأسباب تاريخية واجتماعية ونفسية واقتصادية . وخاصة في التخصصات الدقيقة مثل الجراحة بتخصصاتها . وبالتالي فيستحيل أن يوجد مستشفى لديه اكتفاء ذاتي في كل التخصصات من الطبقات المؤهلات ، وفنيات المختبرات ، والأشعة ، والتمريض ، وبقية الكادر الطبي . وإن وجد فلن يكون في السعودية ولا في العالم العربي ، لأنها بيئة لا تشجع المرأة على دخول هذه التخصصات ، بل تشجعها على الزواج والجلوس في البيت .

ثانياً : لو أردنا أن نوهل فعلا الفتيات السعوديات لهذه الوظيفة في خطة على مدى عشر سنوات مثلاً ، فهذا يعني أنه على هؤلاء الفتيات غالباً أن يسافرن للخارج للتخصص الدقيق ، وأنهن سيقضين فترة طويلة من حياتهن وهن يتعلمن . وهذان الأمران يتعارضان مع أدبيات أنصار المستشفيات النسائية الذين يؤمنون بأن المرأة مكانها المنزل ، وأن عملها يُضَيِّعُ أسرتها ويزعج زوجها ، كما أن الأخطر من ذلك سفرها للخارج واختلاطها بالرجال . وهنا تفتق ذهن أحد هؤلاء الأنصار رافعا شعار « الضرورة تقدر بقدرها » ودعا إلى جلب الطبيبات من باكستان ومصر وسوريا ، وبعملية الاستيراد هذه نكون قد حللنا المشكلة !

ثالثاً : المرض ليس قضية هينة مثل الذهاب إلى السوق ، حيث يمكن للرجل أن يوصل زوجته أو أمه أو إحدى محارمه ، ويتركهن بضع ساعات ويعود (هذا والأسواق النسائية نفسها لم تحقق أي نجاح يذكر حتى الآن !) ، بل إن الرجل العادي هو أول من سيعارضها . فمن سيترك زوجته الحامل في بكرها تراجع وحدها ؟ ومن هذا الذي سيهون عليه أن تتخط أمه العجوز في ردهات المستشفيات ؟ ومن هذا الذي بلا إنسانية سيترك صغيرته التي شجرت رأسها على باب المستشفى وهي تشخب دماً ؟ بل الأسوأ هو كيف سيرى الرجال زوجاتهم وأمهاتهن وبناتهن ، إذا تطلب الأمر مبيتاً في المستشفى ؟ لقد مكثت جدتي رحمها الله في المستشفى ستة أشهر ، فهل كان يفترض في المستشفى الفاضل أن تحرم من رؤية ابنها وأحفادها في هذه اللحظات الأخيرة من حياتها ؟ والأمر نفسه ينطبق على المستشفيات الرجالية ، فهل هذا معناه بأنه لا يمكن لأم أن تزور ابنها الذي أصيب في حادث سيارة ؟ (...)

لهذا كله كان على أنصار الفكرة أن يجدوا طريقة لتسويقها ، والطريقة الرخيصة التي استخدمت لتهييج الرأي العام ، وللدفع به باتجاه هذه القضية هي حملة تشويه متعمدة لسمعة المستشفيات والأطباء والكليات الطبية ، وتصويرها على أنها أقرب ما تكون إلى دور البغاء ! فيتم سرد عشرات القصص الضعيفة لغتاً وأسلوباً وإخراجاً . فهذا يروي عن طالب طب قرر أن يترك الكلية خوفاً على نفسه من الحرام ، وآخر يصور ما يحدث للعفيفات في المستشفيات (...) ، وثالث يكتب قصة مثيرة للغرائز عن طريقة الكشف على مريضة بسرطان الثدي ، قصة تثبت أن عقل صاحبها في مكان آخر .

أما أكثرهم وقاحة فقام استشهاده بوضع صورة غير واضحة لرجل بلباس طبي مع مريضة في غرفة العمليات ، وقيل إنه يقوم بتقبيلها . وطبعاً تتعالى الصيحات عن مدى الانحطاط الذي وصل إليه الجراح السعودي بتقبيله لمريضته المخدرة . وحين كشف أحد الإخوة بأن الصورة مأخوذة من موقع من "كوريا" ، أجاب الرجل دون حياء ، بأنه يعرف ذلك ولكنه يتوقع حصول أمر مشابه في مستشفياتنا ! وأنا لا أعرف ابتداءً من الذي قال لهم إن هذه صورة حقيقية سواء في كوريا أو في تمبكتو ؟ لعلها جزء من فيلم عنونه « الحب في غرفة التخدير ! » ، فهل هم عندما أخذوا الصورة من الموقع الكوري قرأوا محتوياته ؟

في البداية ظننت الأمر واحداً من ملايين الموضوعات السخيفة التي اعتاد بعض أبناء بلادي كتابتها ، ثم تحول الأمر إلى ظاهرة . كما أن البعض بدأ يستشهد ببعض المشايخ وأهل العلم وينشر مقولات لهم دعماً لآرائه ما يجعل بعض العامة يصدقونهم . كما أن في ذلك تشويهاً لسمعة الدولة والجامعات ، وقد يؤدي هذا الأمر إلى إحجام الطلاب المتميزين والطالبات المتميزات عن الالتحاق بكليات الطب ، لتصديقهم هذه الإشاعات . بل وقد يمنع أحدهم ابنته من تحقيق حلمها الكبير بسبب ذلك .

(...)

بقلم مرام عبد الرحمن مكاوي ، عن موقع « العربية » ، نقلاً عن جريدة "الوطن" السعودية ، 21 ديسمبر 2005

Répondre en ARABE aux questions ci-dessous :

NB : 250 mots environ pour chaque réponse.

- 1 - ما رأيك بالمخاطر المحتملة إذا منع الاختلاط في المستشفيات ؟ هل تبالغ الكاتبة في كلامها أم بالعكس هناك مخاطر أخرى لا تشير إليها ؟
- 2 - هل يبدو لك الاختلاط عمومًا عائقًا أم محفزًا للتطور ، وفي أي مجال خاصة ؟

ITALIEN

EXPRESSION ECRITE LVI

La cucina italiana, storia di una cultura

La storia d'Italia ha avuto, nel corso dei secoli, una sua particolarità rispetto a quella di altri paesi: la fitta presenza di nuclei urbani e la grande forza di tale tradizione cittadina risalente all'epoca romana e rivitalizzata nel corso del Medioevo. In questo specifico contesto prende forma e senso l'ipotesi secondo la quale è la città a costituire il luogo strategico di costruzione e trasmissione della cultura gastronomica al tempo stesso "locale" e "nazionale". La città è il luogo per eccellenza dello scambio commerciale, ma anche - secondo un modello esclusivamente italiano - il capoluogo di un territorio, grande o piccolo, che a essa fa riferimento sul piano amministrativo, produttivo e culturale. Dunque, la città *rappresenta* il territorio, appropriandosi - in modo più o meno diretto, talora violento - dei suoi beni e della sua cultura, anche gastronomica, per metterla in gioco, esportarla, diffonderla. Perciò in Italia il patrimonio gastronomico viene normalmente individuato e riconosciuto attraverso il richiamo di identità cittadine, e ciò non solo nel caso di ricette o preparazioni elaborate in ambito urbano, nelle botteghe artigianali o, più tardi, negli stabilimenti industriali (la mostarda di Cremona, gli spaghetti di Napoli), ma anche quando si tratta di risorse provenienti dalla campagna, dai monti, dal mare: parlare del radicchio di Treviso o delle noci di Sorrento è dare risalto al centro di mercato più che all'area di produzione. Non per nulla i prodotti "tipici" di maggiore successo sono stati quelli a maggiore vocazione industriale (si pensi alla pasta, al parmigiano, alla salsa di pomodoro). Cioè quelli più adatti a circolare. Esportare il territorio ci pare una formula forse provocatoria, ma sicuramente corretta per comprendere la storia della cucina italiana attraverso i secoli. Una storia che ha come protagonisti principali la città e il contado, da un lato; dall'altro, la percezione di un comune riferimento nazionale. Le articolazioni interne di questo modello costituito dal centro urbano, dalla campagna limitrofa e da una più ampia territorialità, politica e culturale, possono solo rendere più complesso l'inventario di piatti e prodotti, non alterarlo: la "tenuta" rurale funge da avanzposto della dimora di città e agli occhi dei contadini rappresenta lo stile di vita gentilizio, "urbano". La dinamica città-territorio ci introduce a un'altra prospettiva: il rapporto tra cucina popolare e cultura di élite, fra cucina "povera" e cucina "ricca". E' indubbio, infatti, che fra questi due livelli esiste un'intensa circolazione di saperi e di tecniche. Lo scambio "orizzontale", che vede la città protagonista nel mettere in circolazione la cultura gastronomica del territorio, è costantemente supportato da uno scambio "verticale", tra mondo contadino e città, che ne rappresenta il necessario presupposto: ciò riguarda evidentemente i prodotti dell'agricoltura e dell'allevamento, ma anche le ricette di cucina. Solo un'immagine preconcepita e frettolosa della cosiddetta cultura "subalterna" può farci credere che l'elaborazione gastronomica sia prerogativa esclusiva delle classi dominanti. L'invenzione non nasce solo dal lusso e dal potere, ma anche dal bisogno e dalla povertà. Le tecniche elaborate in periodi di carestia per rendere commestibile ogni minima risorsa del territorio, la capacità di mettere insieme una zuppa con radici del sottobosco ed erbe dei fossi, testimoniano non

solo le difficoltà della vita quotidiana ma anche le risorse mentali di una popolazione che scommette sul futuro armata soprattutto di esperienza, abilità, fantasia - in una parola, di *cultura*. [...]

L'Italia ha le sue ricette, che sono riconosciute e ripetute nelle case e nei ristoranti del mondo intero. La sua cucina, che al proprio interno ripropone tutte le diversità originarie, non deve nemmeno dare la caccia a derrate d'importazione e a ingredienti autentici, perché i mercati urbani delle grandi città dei due emisferi vi suppliscono da tempo. I piatti in cui si concretizza, paste e pizze, sono tra i segni più riconoscibili e contribuiscono a dare dell'Italia un'immagine unitaria, coerente, tanto maggiore quanto cresce la distanza. A migliaia di chilometri, essa esiste davvero, con un'identità inconfondibile soprattutto a tavola. "Che cos'è la gloria di Dante, appresso a quella degli spaghetti?" si chiede Prezzolini nel 1954 constatando che le paste sono "penetrate in moltissime case americane dove il nome di Dante non viene mai pronunciato". Riformulando questa domanda oggi, tutta la sua portata profetica balza agli occhi così come la sua pertinenza in un dibattito sulla nozione di identità alimentare. [...]

Spaghetti e pizza appartengono a un patrimonio disseminato in ogni parte del mondo, proprio come lo sono i libri, ma a differenza di questi sono immediatamente riconoscibili e alla portata di tutti. La cucina è forse un'arte illetterata, ma sopravvive grazie anche alla memoria di un saper fare, di quello che non è stato perduto e di quello che andrà ricordato per iscritto, e per questa via ha un ruolo civilizzatore. Se il letterato non ha diritto di precedenza sul cuoco, né la sua visione delle arti ha una particolare efficacia in cucina, il suo ruolo non è meno importante; oltre allo scambio di prodotti, di piatti, di gusti, c'è anche quello di scritture e di ricette, vivace da tempi molto lontani, vitale per il buon gusto. In fondo, negli spaghetti, senza esserne coscienti, si mastica qualcosa di Dante.

Alberto Capatti-Massimo Montinari, *La cucina italiana. Storia di una cultura*, Roma-Bari, 1999

Répondre en **italien** aux questions ci-dessous :
[250 mots pour chaque réponse]

1. Quali sono, secondo gli autori, gli elementi fondamentali per comprendere la storia della cucina italiana?
2. Commentate la seguente affermazione: "In fondo, negli spaghetti, senza esserne coscienti, si mastica qualcosa di Dante".

PORTUGAIS

EXPRESSION ECRITE

Respeitar toda a cadeia produtiva.

O comércio justo está crescendo no Brasil. E começa a ganhar espaço no mercado convencional, com mais de 20 mil empreendimentos solidários

Um longo e simbólico percurso completou-se quando cada um dos 155 mil participantes do Fórum Social Mundial recebeu uma bolsa de pano com o logótipo do evento. O acessório – que fez parte do figurino básico de todos os presentes em Porto Alegre – foi confeccionado por mais de 500 trabalhadores associados a 35 empreendimentos do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Essa rede solidária começou com o próprio fio de algodão, desenvolvido por 120 associados da Cooperativa Nova Esperança, de Nova Odessa (São Paulo). Na etapa seguinte, 60 integrantes da Coopertêxtil, de Santo André, no mesmo Estado, transformaram o fio em 15 mil metros de tecido, manuseado por costureiras e serigrafistas da região Sul do Brasil. «Já tínhamos participado noutras edições do Fórum, mas é a primeira vez que conseguimos formar uma cadeia produtiva completa com base na economia solidária» alegra-se Isaurina da Silva, 62 anos, da Cooperativa de Costureiras Unidas Venceremos, de Porto Alegre. A confecção das bolsas distribuídas no Fórum indica que conceitos como economia solidária não estão só no discurso de trabalhadores como Isaura.

Planear, produzir, gerir e comercializar de forma cooperada e democrática são as bases de um modelo econômico até há pouco considerado utópico e incoerente com o sistema capitalista. Hoje, o Brasil abriga mais de 20 mil empreendimentos solidários que começam a ganhar espaço no mercado convencional. Prova disso é que, nas quatro edições anteriores do Fórum, o comércio ético e solidário ocupava uma posição periférica. Este ano, protagonizou as discussões teóricas e ganhou a batalha prática. Além da confecção de bolsas, diversas cooperativas cuidaram das praças de alimentação, dos serviços de limpeza e até da construção das cabines de tradução. Juntas, movimentaram mais de dois milhões de reais num orçamento geral de 14 milhões. «O Fórum foi o nosso grande laboratório», afirma Ary Moraes, um dos responsáveis pela inserção do tema no evento.

«As iniciativas de criação de uma rede solidária no país já têm mais de dez anos, mas a organização do movimento é bastante recente», diz Ademar Bertucci, representante da Caritas brasileira e coordenador-geral do Fórum brasileiro da Economia Solidária, criada em 2003. Em teoria, a economia solidária integra um conjunto de iniciativas – produção de bens, distribuição, consumo e prestação de serviços – em autogestão. Os trabalhadores são os protagonistas dos empreendimentos e articulam redes de cooperação. O movimento tem como princípios o combate à exclusão social no mercado de trabalho, a valorização de toda a cadeia produtiva e o respeito pelo consumidor. Na prática, aparece em situações cotidianas, como eventos para

aproximar o produtor do cliente, ou quando um grande supermercado compra alimentos de cooperativas.

Para pôr em prática uma economia solidária, produtores, comerciantes e consumidores devem atuar de forma ética e harmônica. A integração entre os três elos é a nova cara do movimento no Brasil. As campanhas pelo consumo consciente e a aproximação de grandes empresários que já investem em práticas de responsabilidade social mostram que se está formando um ciclo. «Não acreditamos que as corporações vão abrir mão do lucro mas elas podem interagir com as cooperativas. Grande parte dos empresários está disposta a discutir desenvolvimento com distribuição de rendimentos», argumenta Dilermando Filho, fundador da Associação de Empresários pela Cidadania. Exemplo disso é a postura da empresa Fersol, especializada em produtos químicos para agricultura, veterinária e saúde pública. Michael Haradom, seu presidente, conta que a prática do comércio justo é uma das ações de responsabilidade adotadas. «Preferimos produtores da América Latina e de países emergentes. Compramos materiais reciclados por cooperativas e adquirimos alimentos aos produtores».

«Muitas empresas já perceberam que as cooperativas não querem ajuda, querem trabalhar», resume Lúcia Ribeiro, da Associação de Artesãos Sergipanas. «As fábricas doam retalhos de tecidos para fazermos o artesanato, mas também precisamos de espaço para vender os produtos», conta Regina Moura, vice-presidente do Clube de Reciclagem do Morro da Cruz, em Porto Alegre. Mãe de três filhos, encontrou no trabalho cooperado o sustento da família. Tão importante como apoio das empresas convencionais é o trabalho de conscientização dos consumidores. «Em cada ato de consumo apoiamos uma cadeia inteira, que pode ser explorada ou baseada em justiça, ética e solidária. Cabe-nos escolher», prega a cartilha *O Comércio Ético e solidário no Brasil*, divulgada em Dezembro pelo grupo Faces do Brasil, entidade articuladora das atividades de economia solidária no país. Laura Prada, representante do grupo, diz que o consumo consciente é a base do comércio ético: «A informação é uma das premissas para dar transparência na cadeia comercial e aproximar produtores de seus clientes».

Luanda Nero (em Porto Alegre), *Folha de São Paulo*, Maio de 2005

Répondre en portugais aux questions ci-dessous :
(250 mots pour chaque réponse)

1. Baseando-se neste documento, explicita e esclareça o fenômeno do «comércio solidário» no Brasil.
2. Será que esse tipo de comércio pode criar um novo modelo econômico ?

Переезжаем в высотки

До сих пор было принято считать, что высотное строительство имеет только один существенный недостаток – дескать, люди боятся приобретать квартиры на высоких этажах, поэтому не найдётся достаточно желающих купить такого рода жильё. Возможно этот миф придумали продавцы малоэтажной недвижимости. Но в любом случае теперь им придётся смириться с тем, что этому мифу пришёл конец. Для этого социологам достаточно было обратиться с вопросом к самим горожанам.

Опрос проводился в Москве в начале ноября. Людей спрашивали, на какие факторы они обращают внимание, выбирая квартиру, о чём думают прежде всего, чего опасаются при приобретении жилья. Так вот результаты опроса полностью опровергают традиционные представления: выяснилось, что этажность здания и расположение квартиры на том или ином этаже вообще не являются в Москве приоритетным фактором в выборе жилья. На самом деле важными условиями москвичи считают совсем другие факторы. Их волнует район или округ Москвы, близость станции метро и стоимость квартиры. От 20% до 30% респондентов выделили каждый из этих факторов как первый по значимости.

Только во вторую очередь, причём с большим отрывом по значимости, идут такие факторы, как планировка квартиры и этаж, на котором расположена квартира. Собственно, информация о том, сколько в доме этажей, при покупке квартиры волнует лишь 4% опрошенных москвичей.

Таким образом, заключают социологи, ни этажность здания, ни этаж, на котором расположена квартира, не являются наиболее приоритетными факторами при выборе жилья. Они являются факторами второго ряда, гораздо менее значимыми, чем факторы первого ряда.

Лишь около 6% опрошенных москвичей заявили, что «ни в коем случае не будут жить в высотных зданиях». Это, как правило, представители самой консервативной группы горожан. Люди среднего и старшего возраста, которые уже не намерены ничего менять в своей жизни, в том числе – менять или покупать квартиру.

Социологи выяснили и ответ на вопрос, кому из нас нравятся небоскрёбы. Результаты опроса говорят, что квартиры в высотках привлекают прежде всего представителей самой прогрессивной части горожан – работающих молодых людей. Эта информация очень обрадовала продавцов недвижимости. Ведь именно люди, уже получившие образование и начавшие продвигаться по карьерной лестнице, – это самая перспективная группа покупателей квартир. Они больше всех других групп населения нуждаются в собственном жилье, поэтому целеустремлённо работают в первую очередь ради приобретения квартиры. Они практически со стопроцентной вероятностью будут покупать жильё в ближайшие десять лет, говорят риэлторы. Поэтому молодые образованные люди составляют целевую группу для тех, кто рекламирует объекты недвижимости и ипотечные кредиты.

Причём, как показал опрос, чем больше у молодого человека возможности в обозримом будущем приобрести квартиру, тем привлекательней для него высотки. Так что, похоже, строители верно уловили тенденцию и точно просчитали перспективу проекта «Новое кольцо Москвы», предложенного правительством Москвы.

Напомним, что согласно программе «Новое кольцо Москвы» к 2015 году в столице будет построено примерно 200 зданий высотой свыше 30 этажей. Они не только полностью изменят облик города, но и позволят москвичам с умеренным достатком решить свои жилищные проблемы – потому что квартиры в таких домах будут стоить дешевле обычных. Кстати, москвичи позитивно оценивают планы строительства в столице кольца из небоскрёбов – об этом прямо заявили 30% участников социологического исследования. А ещё 37% относятся к проекту «Новое кольцо Москвы» нейтрально - положительно.

В общем, социологи пришли к выводу, что для жителей нашего города мечта о собственной квартире оказывается гораздо сильнее страха высоты. Даже у тех, кто не собирается менять или приобретать жильё, идея освоения высотного пространства Москвы не вызывает негативной реакции.

Подход москвичей к данной проблеме можно скорее обозначить как рациональный. Например, 55% горожан, принявших участие в ноябрьском социологическом исследовании, заявили, что полностью согласны с утверждением: «для мегаполисов, в частности для Москвы, строительство высотных зданий – это одно из решений квартирного вопроса». Ещё 26% частично согласились с этим высказыванием. Таким образом, получается, что более 80% горожан, принявших участие в опросе, разделяют мнение о том, что столичным жителям строительство высоток выгодно.

Очевидно, что сторонников у «Нового кольца Москвы» становится всё больше, а опасения скептиков – необоснованны. Новую волну интереса к высотным домам специалисты по недвижимости прогнозируют на период, когда первые квартиры в них начнут продаваться. Москвичи тогда смогут оценить разницу в цене между жильём в малоэтажных домах и квартирах такого же качества, но расположенных в высотках. Практика показывает, что люди, которым уже пришлось пожить на высоких этажах, практически никогда не покупают жильё на низких уровнях. Ведь, полюбовавшись видами, открывающимися из окон таких квартир, отказаться от них уже невозможно.

Вячеслав Жаров
«Комсомольская правда», 21 ноября 2005г.

Répondre en russe aux questions ci-dessous :
(250 mots pour chaque réponse)

Вопросы:

1. Что показали результаты недавнего социологического опроса относительно факторов в выборе жилья?
2. Почему в Москве квартиры в высотках будут пользоваться спросом у всех потенциальных покупателей жилья?