

# National French Contest 2016

---

## Level 4

### Listening Comprehension Script

**Listening Comprehension.** You will now hear a podcast. This podcast was broadcast on RTL.fr, a French radio station, on June 11, 2015. The interview lasts 1:48 minutes. **You will have 30 seconds to read the questions below before hearing the interview.** The audio will be repeated **twice with one minute in between.** **You will then have more time to answer the questions** after the repeat of the audio. Select **the most appropriate answer** from the four choices printed in your booklet, and indicate your choice by blackening the corresponding space on the answer sheet.

<http://www.rtl.fr/actu/sciences-environnement/faire-rouler-des-camions-avec-des-vieilles-salades-et-des-tomates-pourries-7778682455>

*You may take notes while listening!*

*Et si nous faisons rouler des camions avec des vieilles salades,  
ou pourquoi pas des tomates pourries ?*

- Bonjour Virginie,
- Bonjour Stéphane, bonjour à tous...
- C'est une chaine de grande surface qui va approvisionner ses magasins avec des véhicules qui fonctionnent au biogaz, rien ne se perd, Virginie, et les vieux légumes remplacent le pétrole.
- Oui, ce sont des légumes, des fruits qui ne sont plus comestibles, des vieilles salades, des caquettes de pommes en train de pourrir. Eh bien tous ces déchets sont récupérés, et transformés dans une usine, près de Lille, en biogaz. Alors ils sont mélangés avec des déchets agricoles, ça en fait plus, ils sont chauffés et brassés, et le gaz qui se dégage, le méthane, est récupéré pour faire rouler donc, des camions, 200 camions, que l'enseigne « Carrefour » va utiliser ensuite pour approvisionner ses magasins. C'est ce qu'on appelle l'économie circulaire: tout se recycle. Alors ce mode de livraison permet de réduire de 90% les émissions de CO2, donc c'est bon pour le climat, mais c'est bon aussi pour nos poumons car ces camions-là, ils vont circuler surtout dans les grandes villes et donc éviter de la pollution. Ils vont être déployés à Paris, Lyon, Bordeaux, Marseille et Lille... D'autres enseignes, comme Ikea, ont aussi choisi le biogaz ou encore « Biocop », la chaine de magasins bio, et puis les bus, à Lille roulent au méthane. C'est un carburant plus cher à produire que le pétrole (il faut acheter des camions spéciaux), mais il permet d'éliminer les déchets, donc de supprimer un coût pour faire incinérer des milliers de tonnes de légumes avariés; ça coûte cher chaque année à Carrefour et puis, autre avantage, un moteur au biogaz fait beaucoup moins de bruit qu'un diesel. Donc pour les livraisons la nuit, dans les centres villes, eh bien, utiliser des camions qui roulent aux vieilles salades, ça permet de réveiller beaucoup moins de monde...
- Merci beaucoup, Virginie Garin... »

**Listening Comprehension.** You will now hear a podcast. This podcast was broadcast on RTL.fr, a French radio station, on June 26th, 2015. The interview lasts 2:15 minutes. **You will have 30 seconds to read the questions below before hearing the interview.** The audio will be repeated **twice with one minute in between.** You will then have more time to answer the questions after the repeat of the audio. Select the most appropriate answer from the four choices printed in your booklet, and indicate your choice by blackening the corresponding space on the answer sheet.

<http://www.rtl.fr/actu/economie/mouvement-anti-hyperconnexion-et-si-on-dit-stop-a-l-invasion-numerique-7778890355>

*You may take notes while listening!*

***Chronique de François Lenglet du 26 juin 2015. Mouvement antihyper connexion : et si on disait stop à l'invasion numérique?***

« - Bonjour François Lenglet.

- Bonjour Philippe.

- Alors, vous avez parlé tout à l'heure du Wi-Fi, c'est un sujet, évidemment qui a, qui a attiré notre attention... Vous nous parlez du Wi-Fi ce matin parce que il y a une forme de mouvement contre la mobilisation, contre l'hyperconnexion du Wi-Fi ; un hôtel de luxe propose d'ailleurs désormais à ses clients un service inédit : ils pourront se couper du monde en interrompant le Wi-Fi.

- Mais oui, c'est la Villa Stéphanie, à Baden-Baden en Allemagne. C'est un hôtel du groupe Oetker qui possède aussi le Bristol à Paris et on y a installé un interrupteur dans les chambres permettant d'actionner une protection qui est dans les murs et qui arrête toutes les ondes, impossible de recevoir mails et SMS, repos intégral...

Bon, c'est pas donné, c'est 1.100 Euros la nuit pour la chambre, mais cette initiative est révélatrice d'un nouveau besoin : se protéger des technologies de communication et de leur caractère invasif dans la vie privée et professionnelle, bien sûr. Ces outils nous ont probablement rendus plus productifs qu'auparavant, mais ils ont aussi brouillé la frontière entre la vie à la maison et la vie au travail. Le travail se loge désormais dans tous les interstices.

- Dites, François, ce serait pas plus simple tout simplement de couper son portable. C'est moins cher et c'est tout aussi efficace.
- C'est pas aussi facile parce qu'il y a une addiction à l'écran qui nous conduit même là où nous ne souhaiterions pas aller. Vous savez combien de fois on regarde chaque jour son smartphone ?
- Non, pas exactement, trop peut-être ?
- Surement trop, 221 fois par jour en moyenne selon la compagnie britannique TechMart. Ça fait 14 fois par heure éveillé. C'est en gros toutes les 5 minutes, enfin même un peu moins. Alors, bien sûr, c'est à la fois pour des raisons personnelles et professionnelles. Impossible d'ailleurs de faire la différence. Lorsqu'elles sont arrivées, ces nouvelles technologies, lorsqu'elles sont arrivées, il y a une petite vingtaine d'années, elles ont été les vecteurs d'une formidable liberté, pour communiquer, pour s'informer, pour effectuer des transactions, des achats, pour faire des démarches, et voilà que le maître, l'utilisateur, c'est nous, devient l'esclave de l'esclave, alors que l'esclave, le smartphone est devenu le maître du maître. Les psychologues du travail ont même inventé un terme pour caractériser la dépendance du salarié « accro » à ses mails, c'est le syndrome FOMO (fear of missing out), la peur de rater quelque chose.... »

**Listening Comprehension.** You will now hear a podcast. This podcast was broadcast on RTL.fr, a French radio station, on July 2nd, 2015. The interview lasts 2:11 minutes. **You will have 30 seconds to read the questions below before hearing the interview.** The audio will be repeated **twice with one minute in between.** **You will then have more time to answer the questions** after the repeat of the audio. Select **the most appropriate answer** from the four choices printed in your booklet, and indicate your choice by blackening the corresponding space on the answer sheet.

<http://www.rtl.fr/actu/economie/un-petit-commerçant-sur-deux-envisage-de-quitter-les-centres-villes-7778959869>

*You may take notes while listening!*

- Alors, comment les petits commerçants perçoivent-ils leur avenir en centre-ville ? Voilà ce qu'a voulu savoir l'Observatoire de la Confiance TNS Sofres pour la Poste, que vous nous dévoilez, Armelle, avant tout le monde.
- Oui, Stéphane, il y a un nuage à l'horizon, les petits commerçants déplorent la faible attractivité des centres villes. Les  $\frac{3}{4}$  des commerçants estiment que leur ville est de moins en moins accessible, déjà aux camions de livraison, mais aussi à leurs clients. Les centres villes, vous l'avez remarqué, sont de plus en plus piétons, donc c'est beaucoup plus pratique maintenant d'aller faire ses courses dans les centres commerciaux en périphérie des villes, puisqu'on peut se garer facilement et aussi c'est un gain de temps, on est sûr de trouver ce que l'on cherche puisque toutes les enseignes sont regroupées au même endroit, donc 1 commerçant sur 2 pense que, finalement, son avenir, cela peut être d'ouvrir un magasin en périphérie.
- Un commerçant sur 2 envisage son avenir à la périphérie de la ville pour sauver son affaire ? C'est énorme.
- Oui, alors, attention, 8 commerçants sur 10 disent qu'ils aimeraient vraiment rester en centre-ville parce que c'est un lieu plus convivial, plus sympathique, c'est plaisant ; il y a un lien humain qu'on ne retrouve pas forcément dans les centres commerciaux. Le petit commerce, c'est vraiment un lieu d'échange entre les commerçants et leurs clients, mais aussi entre leurs clients eux-mêmes. C'est un lieu où tout le monde se côtoie, de la personne âgée qui descend faire ses courses, aux enfants qui sortent de l'école et quand un commerçant « baisse le rideau », c'est tout un quartier qui s'en ressent.
- Armelle, nos petits commerçants sont conscients qu'ils ont encore des atouts ?
- Oui, c'est le contact et les  $\frac{2}{3}$  des commerçants sont persuadés que, globalement, le petit commerce peut encore créer des emplois. C'est juste qu'ils ne savent pas comment faire pour ré-enchanter leur ville. Ils sont vraiment inquiets parce qu'ils aiment leur centre-ville, mais ils ne savent pas comment faire pour le redynamiser. C'est tout l'enjeu pour eux, donc ils misent beaucoup sur internet pour changer de modèle économique.
- Ça veut dire quoi, révolution numérique ?
- Oui, maintenant, la moitié des petits commerçants a sa vitrine sur internet pour se faire connaître en présentant ses produits, et ses horaires d'ouverture et ils sont même  $\frac{1}{3}$  à avoir déjà créé leur propre site marchand pour que les clients puissent commander en ligne et devenir ainsi plus attractifs.
- Merci Armelle, RTL... »