



# FRANZÖSISCH

SERIE

3

HÖRVERSTEHEN

LÖSUNGEN

KANDIDATIN  
KANDIDAT

Nummer der Kandidatin / des Kandidaten

Name

Vorname

Datum der Prüfung

BEWERTUNG

Fachbereiche

Erreichte Punkte / Maximum

Texte A

/ 5

Texte B

/ 7

Texte C

/ 8

**Total**

**/ 20**

EXPERTEN

## A UN MESSAGE PUBLICITAIRE

**Vous allez entendre le message deux fois.  
Complétez la fiche ci-dessous (réponses en français).**

### Message

Durée de l'offre spéciale: **du 14 septembre au 1<sup>er</sup> novembre**

1

Coût du voyage pour 3 personnes: **109 fr.**

1

Condition pour profiter de l'offre: **un abonnement demi-tarif**

1

Carte valable exclusivement pour la ..... **deuxième** ..... classe

1

Offre non valable pour: **animaux (ou: chien)**

1

**Total texte A 5 /5**

### TEXTE A: UN MESSAGE PUBLICITAIRE

Gothard: 10 km de bouchon, une heure d'attente et vous vous énervez? Alors, la prochaine fois, prenez le train. Nous vous proposons une offre spéciale, notre carte journalière «Plus». Vous pouvez en profiter du 14 septembre au 1er novembre. Pendant toute une journée, vous pourrez circuler à deux partout en Suisse pour le prix unique de 89 francs. L'offre est encore plus avantageuse si une troisième personne vous accompagne. Cela vous coûtera seulement 20 francs de plus. Cette carte n'a pas de restrictions horaires, c'est-à-dire vous partez et revenez quand vous voulez. La seule condition, c'est d'avoir un abonnement demi-tarif. Précisons encore que, si vous souhaitez voyager plus confortablement en première classe, vous ne pourrez malheureusement pas faire usage de cette carte. Vous devrez payer le tarif normal.

Attention encore, si vous avez un chien, il vous faudra acheter un autre billet, car le transport des animaux n'est pas inclus dans cette offre. La carte «Plus» est disponible aux guichets CFF ou en ligne.

## B «DIGITAL DÉTOX»: UN PHÉNOMÈNE NOUVEAU

Vous allez entendre ce petit reportage deux fois. Les affirmations suivantes sont-elles vraies (V) ou fausses (F)? Quand une affirmation est fausse, expliquez en français pourquoi.



	V/F	
1. «Digital détox» signifie ne pas faire usage de son smartphone pendant un certain temps.	<input checked="" type="checkbox"/> V	1
2. Pour l'utilisateur, perdre son appareil est moins dramatique que perdre ses données.	<input checked="" type="checkbox"/> V	1
3. Des centres de thérapie n'existent qu'aux États-Unis.	<input type="checkbox"/> F	1
4. On constate que la tendance à utiliser le smartphone de manière exagérée est toujours aussi forte.	<input type="checkbox"/> F	1
5. Se déconnecter de temps en temps a une influence positive sur la qualité de vie des gens.	<input checked="" type="checkbox"/> V	1

N°	Explications en français	
3	Il y en a partout. (ou: aussi en Europe)	1
4	On remarque un changement.	1

**Total texte B**    7    /7

### TEXTE B: «DIGITAL DÉTOX»: UN PHÉNOMÈNE NOUVEAU

**Journaliste:** «Digital détox», cela veut dire «se déconnecter», éteindre son portable pendant plusieurs jours, par exemple. Qu'est-ce que cela signifie vraiment? Le sociologue Stéphane Lagarde va nous l'expliquer.

**Stéphane Lagarde:** De nos jours, si nous n'allons pas sur Facebook pendant une journée, nous avons l'impression de perdre le contact avec nos amis. Et: perdre notre smartphone, c'est une catastrophe. Devoir acheter un nouvel appareil n'est pas le problème, mais savoir que le contenu comme les adresses ou les photos sera peut-être définitivement perdu nous empêche de dormir.

Nos ordinateurs, smartphones, tablettes sont devenus indispensables. Non seulement dans la vie privée mais aussi dans la vie professionnelle, nous devons être toujours joignables, regarder les messages reçus, même tard le soir.

Voilà pourquoi aux États-Unis les premiers centres spécialisés ont été créés pour apprendre à vivre sans smartphone. Une sorte de thérapie qui connaît un énorme succès. On en trouve maintenant partout, aussi en Europe.

Mais est-ce que ces «thérapies» sont vraiment nécessaires? Pour moi, l'idéal serait plutôt de profiter des moyens de communication modernes, des réseaux sociaux sans en devenir dépendant. D'ailleurs, on remarque un véritable changement dans le comportement des gens. Il n'y a pas si longtemps, l'usage permanent du smartphone était tout à fait normal et paraissait indispensable. Maintenant, et de plus en plus, les gens disent «je ne suis pas connecté tout le temps et j'en suis très heureux». Une tendance qui ne cesse de se développer.

## C LE SALON DE L'AUTOMOBILE – UNE HISTOIRE À SUCCÈS

Interview d'André Hefti, directeur du Salon de l'automobile à Genève



**Vous allez entendre le texte deux fois.**

**Répondez en allemand aux questions suivantes.**

1. Weshalb kann der Genfer Autosalon allen Ausstellern die gleichen Bedingungen bieten?

**Weil er keine nationalen Automarken bevorzugen muss.**

1

2. Weshalb ist es ein grosser Vorteil, wenn der Salon jedes Jahr stattfinden kann?

**Weil dadurch die neusten Modelle gezeigt werden können.**

1

3. Wie hat sich die Besucherzahl seit dem Jahr 2005 verändert?

**Sie ist (um 60 000) zurückgegangen.**

1

4. Weshalb ist eine Besucherzahl von über 90 000 an einem Samstag problematisch?

**Weil der Besucher nicht viel sehen kann.**

1

5. Wie viele Besucher kommen aus Frankreich (in %)?

**20%**

1

6. Weshalb ist das Datum des Salons im Frühjahr ideal?

**Weil die Kunden dann beabsichtigen, ein neues Autos zu kaufen.**

1

7. Welches Hauptziel verfolgen die Organisatoren des Autosalons?

**Die Stadt Genf im Ausland bekannt(er) zu machen. (ohne «im Ausland» = 0 Punkte)**

1

8. Was geschieht, wenn der Autosalon einen grossen Gewinn gemacht hat?

**Die Veranstalter geben (den Ausstellern) das Geld zurück.**

1

**Total texte C**

**8 /8**

### TEXTE C: LE SALON DE L'AUTOMOBILE – UNE HISTOIRE À SUCCÈS

Interview d'André Hefti, directeur du Salon de l'automobile à Genève

J = Journaliste / AH = André Hefti

- J Malgré une forte concurrence, le Salon de l'automobile de Genève reste un des cinq principaux salons du secteur. D'où vient ce succès, monsieur Hefti?
- AH Le salon de Genève a un atout considérable: Nous pouvons offrir les mêmes conditions à tous les exposants parce que nous ne devons pas privilégier des marques d'automobile nationales comme d'autres salons.
- J Et puis, les salons importants n'ont pas tous lieu chaque année.
- AH C'est vrai. C'est un grand avantage pour nous de pouvoir organiser le Salon chaque année, car cela nous permet de présenter les tout derniers modèles.
- J L'an dernier, 690 000 personnes ont visité le salon alors qu'en 2005, vous aviez accueilli 750 000 visiteurs. Est-ce qu'il faut y voir un problème?
- AH Ecoutez, pour moi, c'est encore un très bon résultat. De toute façon, je dois dire qu'il vaut mieux ne pas avoir trop de visiteurs en une journée. Il nous arrive d'avoir plus de 90 000 visiteurs le samedi, par exemple. Dans une telle masse de gens, le visiteur risque de ne pas voir grand' chose.
- J Quelle est la proportion de visiteurs qui viennent de Suisse alémanique?
- AH Environ un tiers. Et puis, 40% de nos visiteurs viennent de l'étranger et parmi eux, la moitié sont des Français. Les visiteurs commencent aussi à venir de l'Italie du Nord.
- J Pour un salon, il est très important de pouvoir montrer les nouveaux modèles qui sortent. Mais avec Internet, est-ce que cela ne devient pas toujours plus difficile?
- AH Bien sûr, par rapport aux années '90, les choses ont changé. Mais nous avons la chance d'être favorisés par la date de la manifestation: début mars, c'est idéal. Au début du printemps, les gens ont souvent l'intention d'acheter une nouvelle voiture.
- J Est-ce que le Salon est rentable?
- AH La rentabilité n'est pas vraiment notre objectif. Nous sommes une organisation à but non lucratif. Notre première mission est d'organiser un salon à Genève pour faire connaître la ville à l'étranger.
- J Et quelle est votre politique en matière de tarifs?
- AH La location est fixe, les constructeurs doivent payer 110 francs le mètre carré. C'est nettement moins cher qu'à Francfort. Et nous rendons de l'argent aux exposants si nous avons fait de très gros bénéfices.