



Pearson  
Edexcel

## **Transcript**

June 2019

Pearson Edexcel International  
Advanced Level In French  
Advanced Subsidiary (WFR04) Unit  
4 Research, Understanding and  
Written Response



## **Edexcel and BTEC Qualifications**

Edexcel and BTEC qualifications are awarded by Pearson, the UK's largest awarding body. We provide a wide range of qualifications including academic, vocational, occupational and specific programmes for employers. For further information visit our qualifications websites at [www.edexcel.com](http://www.edexcel.com) or [www.btec.co.uk](http://www.btec.co.uk). Alternatively, you can get in touch with us using the details on our contact us page at [www.edexcel.com/contactus](http://www.edexcel.com/contactus).

## **Pearson: helping people progress, everywhere**

Pearson aspires to be the world's leading learning company. Our aim is to help everyone progress in their lives through education. We believe in every kind of learning, for all kinds of people, wherever they are in the world. We've been involved in education for over 150 years, and by working across 70 countries, in 100 languages, we have built an international reputation for our commitment to high standards and raising achievement through innovation in education. Find out more about how we can help you and your students at: [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)

June 2019

All the material in this publication is copyright

© Pearson Education Ltd 2019

## **SECTION A : Listening**

[M1] Passage 1 : **Les Français et la mode**

[F1] Le budget des Françaises de 13 à 24 ans consacré aux vêtements et aux technologies a récemment baissé d'environ 10 %.

Une surprise et du jamais vu pour les chaînes de distribution qui ne s'inquiètent pas pour le moment.

Les jeunes filles sont depuis longtemps les plus importantes consommatrices de vêtements, loin devant la tranche d'âge de 25 à 54 ans.

Étonnamment, le budget des 25-54 ans, hommes et femmes, reste stable. Autre surprise, celui des femmes entre 55 et 64 ans a progressé, faisant d'elles les deuxièmes plus grandes consommatrices de mode. Aucun changement pour les hommes de ce groupe.

## **[M1] Passage 2 : Le tourisme aux Seychelles**

**[F1]** L'office du tourisme des Seychelles annonce une excellente année touristique grâce à un nombre croissant de touristes des pays émergents et en particulier de la Chine. Le nombre d'Européens ne change pas.

La hausse du nombre de visiteurs en provenance de France et d'Italie a aussi dynamisé le marché touristique avec les Français en tête du classement. Les Allemands représentent le deuxième groupe de visiteurs le plus important. La Suisse est, quant à elle, considérée comme un marché à fort potentiel.

La compagnie aérienne nationale a augmenté ses capacités, passant de deux à quatre vols hebdomadaires au mois de mars dernier entre Paris et les îles.

En matière d'hébergement, on en trouve pour tous les goûts et tous les budgets. Longtemps critiquée pour ses hôtels médiocres et hors de prix, la destination a amélioré la qualité de son parc hôtelier et l'a agrandi.

### **[M1] Passage 3 : Les cultures OGM au Québec**

**[M2]** Après une production exceptionnelle en 2013, les cultures OGM au Québec sont maintenant en déclin. Ce phénomène est d'autant plus remarquable qu'il apparaît après une croissance constante des OGM depuis la fin des années 90. On produit moins de soja transgénique et la situation est la même pour le maïs OGM.

Par contre, les cultures traditionnelles, c'est-à-dire non génétiquement modifiées, progressent. Les produits traditionnels sont, en effet, de nouveau populaires auprès des fabricants alimentaires qui veulent affirmer que leurs produits ne contiennent plus d'OGM. Les produits biologiques sont une option mais ils sont beaucoup plus chers.

De plus, la grande majorité du soja non-modifié est exportée, surtout en Asie et un peu en Europe, où il est transformé en boissons et en aliments. Il y a un immense marché pour ce type de soja puisqu'il est très utilisé dans l'alimentation végétarienne.

## **[M1] Passage 4 : Marla, petit village sur l'île de la Réunion**

[M1] Christine, parlez-nous de Marla.

[F2] Marla se trouve sur l'île de la Réunion, au milieu des montagnes. L'île comprend de nombreux petits villages isolés. Beaucoup de touristes viennent ici pour faire des randonnées et profiter de la vue. Mais des gens y travaillent aussi, comme moi. Moi, j'y enseigne et c'est pourquoi je me suis installée sur l'île il y a dix ans.

[M1] Comment vous allez à Marla ?

[F2] L'île étant si montagneuse, le village est inaccessible aux voitures. Donc pour les gens comme moi qui vivent dans un village sur la côte, il faut y aller à pied. Quelques touristes privilégiés prennent l'hélicoptère le week-end... mais pas moi !

[M1] Alors, Christine, c'est comment votre semaine typique ?

[F2] Le lundi, je pars de chez moi vers 4 heures du matin. Je mets 3 heures pour arriver à Marla. Comme je ne pourrais pas faire ce trajet tous les jours, je reste là-haut pendant la semaine, sauf pendant les vacances scolaires. Je loge dans un appartement que l'Éducation Nationale me prête ! Le vendredi, je fais le trajet retour soit sous la chaleur soit sous une pluie torrentielle !

[M1] Et les gens à Marla, ils ont une vie difficile ?

[F2] Non, plutôt paisible ! Mais comme c'est compliqué d'atteindre ce village, les livraisons de biens et de nourriture n'arrivent pas en camion. Elles se font en hélicoptère en début de semaine. S'il nous manque quelque chose, il faut apprendre à vivre sans, ce que j'ai appris à faire. Je fais plus attention à ce que je consomme maintenant. J'ai tellement changé depuis que je suis ici.

[M1] Mais cette façon de vivre n'est pas pour tout le monde !

[F2] C'est vrai. La marche et l'éloignement ne conviennent pas à tout le monde. Beaucoup d'enseignants ont abandonné leur poste après quelques mois car ça leur était insupportable. Mais ce n'est pas mon cas ! Au contraire...