

**Listening****Document** : Fair Trade : the power of the consumer**Notion du programme** : Lieux et formes de pouvoir

Niv.	Critères : Comprendre un doc. de type monologue ou exposé	Éléments de réponse possibles en français
	Le candidat n'a pas compris le document. Il n'en a repéré que des éléments isolés, sans parvenir à établir de liens entre eux. Il n'a pas identifié le sujet ou le thème du document.	
<b>A1</b>	Le candidat est parvenu à relever des mots isolés, des expressions courantes et à les mettre en relation pour construire une amorce de compréhension du document. Le candidat a compris seulement les phrases / les idées les plus simples.	Les consommateurs américains achètent des bananes, du café, du chocolat.
<b>A2</b>	Certaines informations ont été comprises mais le relevé est incomplet, conduisant à une compréhension encore lacunaire ou partielle.	Les consommateurs américains ont beaucoup de pouvoir. A chaque fois que nous allons au supermarché, nous votons avec nos dollars pour un monde meilleur. Le commerce équitable donne le pouvoir aux consommateurs qui font la différence avec chaque produit acheté.
<b>B1</b>	Les informations principales ont été relevées. L'essentiel a été compris. Compréhension satisfaisante.	Les consommateurs américains ont beaucoup de pouvoir. Ils votent avec leurs dollars en allant au supermarché. Nous sommes confrontés aujourd'hui à de nombreux problèmes, pauvreté, changement climatique ... Les consommateurs américains ne sont pas indifférents mais se sentent impuissants. Le commerce équitable leur donne le pouvoir de changer les choses, de sortir les gens de la pauvreté et tout le monde, producteurs et consommateurs, en sort gagnant.
<b>B2</b>	Des détails significatifs du document ont été relevés et restitués conformément à sa logique interne. Le contenu informatif a été compris, ainsi que l'attitude du locuteur (ton, humour, points de vue, etc.). Compréhension fine.	Les consommateurs américains ont beaucoup de pouvoir. Ils votent avec leurs dollars en allant au supermarché. Nous sommes confrontés aujourd'hui à de nombreux problèmes : la pauvreté, le changement climatique, la dégradation de l'environnement. Les consommateurs américains ne sont pas indifférents mais se sentent impuissants. Les stratégies classiques, intervention des gouvernements, organisations caritatives sont inefficaces. Il faut impliquer les consommateurs. Le commerce équitable donne le pouvoir aux consommateurs. Ils peuvent faire la différence avec chaque banane achetée ... pour sortir les gens de la pauvreté, aider à préserver les sols ... Les consommateurs veulent de bons produits, qui ont meilleur goût, qui sont plus sains. Devinez quoi ? Avec le commerce équitable, tout le monde est gagnant, producteurs et consommateurs.