

# CORRIGE

- **Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

**CORRIGÉ****I. COMPTE RENDU EN FRANÇAIS**

Les fibres naturelles commencent à séduire l'industrie automobile grâce à leurs nombreux atouts : elles sont très résistantes bien que souvent légères; elles savent réguler l'humidité et isoler contre la chaleur et le bruit; surtout, elles sont renouvelables, biodégradables, peu onéreuses et présentent rarement des risques pour la santé.

On peut par exemple, pour renforcer le plastique, remplacer la fibre de verre par du lin ou de la fibre de coco, ce qui rend le recyclage plus facile. On pourra préférer le chanvre, qu'il n'est plus illégal de cultiver en Allemagne depuis 1996, et qui est encore plus performant, plus écologique et peut-être plus économique.

Les fibres tirées du bananier semblent elles aussi très prometteuses pour l'équipement intérieur des voitures.

Le célèbre constructeur Mercedes Benz, qui a bien compris l'intérêt que présente ce type de fibres, y fait de plus en plus appel. Il utilise en particulier le Flexiform, qui allie lin et sisal, pour les finitions intérieures et l'isolation acoustique. Beaucoup plus léger que les matériaux traditionnels, il permet de réduire la consommation de carburant. De plus, il réagit mieux aux chocs que le plastique et est pratiquement inusable. C'est pourquoi il est déjà présent dans la Classe C, la familiale de Mercedes, où l'on trouve aussi du coton, de la fibre de coco et du latex. **(218 mots)**

**II. EXPRESSION EN ANGLAIS**

**1) Mercedes Benz uses natural fibers in its cars for several reasons. First, they are often cheaper than traditional materials. Then, they are often as strong as these materials, while being lighter, which reduces fuel consumption. Moreover, they are more easily recyclable than plastic or fiberglass. In fact, they are often biodegradable. To sum up, they are environmentally-friendly, which is good for the firm's image, as people are more and more aware of environmental issues. It also shows that the leading car manufacturer is conscious that industrialists have to have an environmental strategy if they want to survive. **(96 mots)****

**2) Réponse personnelle**

**3) Document 2 is an ad for Ciba Specialty Chemicals. The top two thirds of the ad are taken up by a photo of the left rear-view mirror of a car, where we see the reflection of the driver, a young woman. She's looking straight in front of her and concentrating on her driving. This is what the catchphrase tells us we can do, since Ciba is taking care of the car itself. Indeed, we learn from the short text above the catchphrase that the chemicals manufactured by Ciba make cars safer and more comfortable, while allowing them to look better and last longer. The company's slogan "Value beyond chemistry", which we can read in the bottom right corner under Ciba's logo, a butterfly, even tries to make us believe that Ciba makes more than mere chemicals. Finally, the ad suggests visiting Ciba's website to know more about what they can do for the automotive industry. **(155 mots)****