

TRANSCRIPTIONS

Pour aller plus loin...

Prononcer le
vocabulaire du transport.

DOSSIER COMPLET
SUR LE LOGEMENT

Prononciation,
+ exercices de **vocabulaire**
+ 3 **compréhensions** orales.
#françaispourlescons

#consommation

EXERCICE 1

Il a été l'un des premiers locavores de France. En 2008, Stéphane Linou s'est nourri pendant un an exclusivement avec des produits venant d'un rayon de 150 km autour de Castelnaudary. Le trentenaire veut alors montrer qu'il est possible de consommer en limitant au maximum la pollution.

«En fait j'avais montré qu'il y en avait assez pour moi, mais que pour toute une population, vu la spécialisation des territoires et vu la dépendance par rapport aux approvisionnements grandes surfaces et compagnie, s'il y avait une cyber attaque sur la chaîne logistique, il n'y aurait pas assez de nourriture pour tout le monde, donc on se taperait dessus.»

Pour Stéphane Linou, nos sociétés contemporaines sont plus fragiles qu'on veut bien le penser. La plupart des territoires sont dépendants des apports de nourriture extérieurs et donc menacés en cas de crises longues, qu'elles soient sociales ou climatiques, et des pénuries d'aliments entraîneraient rapidement des troubles sociaux. Cette intuition de départ, Stéphane Linou a pu largement la corroborer en multipliant les entretiens avec des spécialistes pendant un an, qui ont abouti à un livre autoédité, et un projet de résolution au sénat déposée en décembre par une sénatrice de Haute-Garonne.

«En effet, alors qu'au fil des scandales sanitaires survenus ces dernières années, le sujet du bien manger s'est imposé comme enjeu de santé publique, mais un pan entier du sujet n'est jamais évoqué : celui de l'articulation entre l'ordre public et la continuité alimentaire.»

Le sénat a rejeté la résolution pour 16 petites voix. Mais pour Stéphane Linou, la prise de conscience est bel et bien amorcée au sommet de l'état, reste aux décideurs locaux à s'emparer de la question.

«Il faudrait réfléchir à flécher la production vers les lieux de consommation les plus proches, je veux dire Toulouse, l'autonomie alimentaire de Toulouse, c'est 2 %, et ce qui est produit dans le Lauragais, c'est exporté ailleurs. Et sur ces mêmes terres, c'est de la logistique qui fait venir des produits d'ailleurs pour aller les envoyer encore dans d'autres endroits, donc en marche réellement sur la tête.»

Dans la perspective des élections municipales prochaine, Stéphane Linou tient à disposition des candidats un courrier type dans lequel les listes peuvent s'engager à augmenter l'autonomie alimentaire locale si elles sont élues.

EXERCICE 2

«Je ne trouve pas que ce soit important, parce que je peux voir si c'est un produit frais ou non. J'imagine que si c'est une pomme ou de la viande, on voit quand même si c'est transformé ou non!»

«Personnellement, la mention "produit frais", pour moi c'est très important. Je préfère personnellement acheter que ça, d'ailleurs. C'est un gage de qualité, c'est un gage de goût.»

Aujourd'hui, Consomag précise ce que signifie produit «frais». Parmi toutes les informations données sur l'étiquette d'un aliment, certaines répondent à une définition précise et sont encadrées réglementairement. La mention «frais» en fait partie. Cette allégation ne peut être utilisée que dans des cas précis. Au moment de la vente, il faut que le produit ou l'ingrédient réponde à l'ensemble des trois critères suivants : «Le premier critère concerne les qualités organoleptiques du produit, son goût, son odeur, son aspect. Ils doivent révéler sa fraîcheur : le produit dégage une bonne odeur, la couleur de la viande est vive, les fruits et légumes ne sont ni flétris ni fanés, ou encore une pâte ne doit pas paraître asséchée... Il doit également avoir une bonne qualité hygiénique, et par exemple ne doit pas présenter de moisissures.»

Deuxième critère, il doit présenter au moment de la vente les mêmes caractéristiques qu'à la production. Il ne doit pas avoir été conservé par l'adjonction d'additifs ou de conservateurs. Les traitements physiques comme la cuisson ou l'ionisation, qui consistent à exposer les aliments à des rayonnements ionisants afin de réduire le nombre de micro-organismes qu'ils contiennent sont interdits.

Il ne peut avoir été conservé que par la réfrigération et la pasteurisation. Troisième critère, il doit avoir été fabriqué depuis moins de 30 jours. «Dans certains cas, la mention "frais" peut concerner seulement un ingrédient du produit comme dans le cas des pâtes aux œufs frais. Ici, ce sont uniquement les œufs qui doivent être frais au moment de la fabrication des pâtes. Au moment de la vente, les pâtes quant à elles pourront avoir été fabriquées depuis plus de 30 jours.»

EXERCICE 3

Parlons maintenant de la très bonne santé de l'industrie du luxe français. Avec nous, Justine Veille pour parler de tout cela. Bonsoir Justine.

Bonsoir!

Pour la première fois, la maison Chanel a publié ces chiffres, ces résultats, et ils sont très bons. Oui, très très bon, de quoi impressionner ses concurrents, puisque Chanel a enregistré l'année dernière 8,3 milliards d'euros de ventes. Avec ces bons résultats, elle se place directement en deuxième position du trio de tête des marques de luxe détenues par les Français. Elle se place juste derrière Louis Vuitton, propriété de Bernard Arnault, dont le chiffre d'affaires est estimé à près de 9 milliards d'euros, et juste devant Gucci, de la famille Pinault, 6,2 milliards d'euros. Alors après eux, Hermès, qui vient d'ailleurs tout juste, ça date de lundi dernier, d'intégrer le Cac 40.

Le Cac 40 vous savez, c'est ce groupe de 40 entreprises les plus importantes cotées en bourse, preuve s'il en fallait du poids croissant de l'industrie du luxe dans l'économie française. Justement Justine, ces empires du luxe français représentent des sommes colossales au sein de la bourse de Paris.

Absolument, et d'ailleurs le plus important, c'est LVMH, le groupe qui détient Louis Vuitton on en parlait, mais aussi Dior ou encore les champagnes Moët et Chandon, par exemple. C'est tout simplement l'entreprise qui vaut le plus à la bourse de Paris. Regardez, c'est impressionnant, 145 milliards d'euros, c'est deux fois la valeur d'Airbus, 7 fois celle de Renault. Au total, à la bourse, le luxe c'est 400 milliards d'euros, soit 25 %, un quart de la valeur globale du Cac 40.

Merci beaucoup Justine, voyons maintenant comment et pourquoi cette industrie du luxe français est devenue la référence dans le monde. Comment ces groupes ont su conserver et accentuer cette place de leader à la différence d'autres secteurs, décryptage Tiphaine de Tricornot, François Bader avec Vincent Bouffartigue.

Au cœur de Paris, l'avenue Montaigne, le temple du luxe : Dior, Chanel, Givenchy, Louis Vuitton et des acheteurs le plus souvent étrangers, prêts à dépenser des centaines d'euros pour rapporter avec eux un petit bout de France et son image.

- C'est bon, c'est élégant, moi j'aime bien!
- C'est la mode, la tendance, ça tient longtemps, de la super qualité!
- L'élégance, le style, et aussi une petite partie de Paris.

Un chic à la française porté sur les tapis rouges, des premières dames aux stars des podiums. La mode a traversé les époques, incarnées par de grands noms français comme Coco Chanel ou encore Yves Saint Laurent. Petit à petit, nos PME sont devenues multinationales, mais sans pour autant renier leurs traditions. Hermès, Chanel, Kering, LVMH, toutes appartiennent à de grandes familles.

C'est un petit peu le gardien du temple, la famille c'est celle qui fait en sorte que la marque ne se dénature pas, qu'elle garde son ADN, qu'elle garde son histoire, qu'elle garde ses codes. Et quand vous regardez les marques françaises de luxe, elles sont extrêmement codées, elles sont entrées dans des codifications très fortes avec une rigueur dans la gestion de la marque qu'aucune marque mondiale n'a.

Les Français ont aussi compris avant les autres le potentiel de nouveaux marchés comme celui de l'Asie. Des produits encore fabriqués en France, le luxe c'est 150000 emplois, une expérience et un savoir-faire que le monde nous envie. Mais dans le secteur, la concurrence est per-

manente et les défis nombreux pour espérer rester numéro un. Ça ne se fera pas sans effort, il faut d'un côté continuer à maintenir cette tradition de créativité et d'excellence dans la production, sans ça y'a pas de luxe, mais il faut aussi s'adapter aux modes de consommation qui sont en train de changer.

L'enjeu, réussir à séduire les jeunes et s'adapter à la nouvelle économie d'internet

Pour aller plus loin...

Prononcer le
vocabulaire du transport.

DOSSIER COMPLET
SUR LE LOGEMENT

Prononciation,

+ exercices de **vocabulaire**

+ 3 **compréhensions** orales.

#françaispourlescons