

Nombre y apellidos:

Document 1 : Écoutez deux fois l'enregistrement et répondez aux questions.

9 points

1. Les promotions au magasin *Toupacher* concernent surtout...

- les produits alimentaires.
- les articles d'habillement.
- les articles électroniques.

2. Pendant les promotions, au supermarché, qu'est-ce qui change ?

- la couleur des étiquettes.
- les horaires.
- la place des produits dans les rayons.

3. Quel service est mis à la disposition des clients pendant la période de promotions ?

- une carte de fidélité.
- un site Internet pour consulter tous les produits en promotion.
- un point information avec des hôtessees d'accueil.

4. Quelle aide va apporter ce service ? (2 pts)

- Répondre aux questions des clients.
- Diriger, guider les clients dans le supermarché.

5. Comment peut-on participer au concours ? Donnez les 3 étapes différentes. (3 pts)

- 1- Avoir dépensé 20 €.
- 2- Remplir le bulletin.
- 3- Mettre le bulletin dans l'urne.

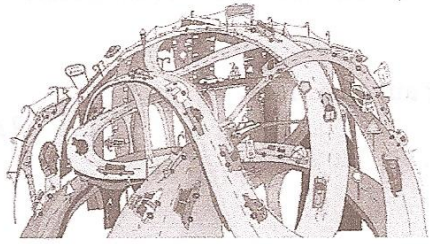
6. Le concours permet de gagner ...

- un bon d'achat au rayon alimentaire.
- une entrée pour une journée dans un centre de relaxation.
- un séjour de remise en forme.

COMPRÉHENSION ÉCRITE:



LES FRANÇAIS ET LA CONSOMMATION DURABLE – ÉDITION 2011



À l'occasion de la semaine du développement durable, qui vient de se terminer, plusieurs résultats d'études sur la consommation responsable viennent d'être publiés. Comme chaque année, l'une des plus attendues est celle du baromètre Ethicity. Réalisé par le cabinet Ethicity et Aegis Media Solutions auprès d'un échantillon de 3 500 personnes, ce baromètre donne un panorama complet sur l'attitude des Français en matière de consommation responsable. Cette année, la tendance s'oriente vers une consommation plus qualitative, avec une priorité donnée à l'individu et ce qui l'entoure, mais également une recherche d'information pour jouer un rôle actif dans ses choix de consommation.

Pour une majorité de Français (54 %), consommer responsable signifie avant tout consommer moins, en réduisant leur consommation globale ou en évitant de consommer des produits ou services superflus. Ils sont cependant 45 % à associer davantage la consommation responsable au fait de consommer autrement, c'est-à-dire de privilégier par exemple les produits locaux, moins polluants ou encore porteurs de labels environnementaux.

On constate, à travers cette étude, que les Français sont, avant tout, très concernés par ce qui les touche de près. Ainsi, lorsqu'on leur demande quels sont les principaux critères qui leur feraient acheter des produits respectueux de l'environnement, c'est l'aspect santé qui arrive en tête avec 36 % des réponses, contre 27 % pour l'aspect préservation de la planète. Il y a également une volonté d'agir au niveau local, puisque pour 51 % des personnes interrogées, un produit leur permettant de consommer responsable doit être fabriqué localement, afin de favoriser le développement de l'emploi local et les économies de transport (carburant et pollution).

Alors que 43 % des Français pensent que les entreprises doivent donner l'exemple, ils sont seulement 37 % à déclarer faire confiance aux grandes entreprises ! De même, seuls 46 % affirment croire les marques quand elles s'engagent dans le développement durable, ce qui prouve qu'on ne croit pas toujours les beaux discours... En revanche, il semble y avoir une vraie recherche de preuves et d'informations concrètes : 75 % des répondants disent avoir confiance dans les produits portant un label de certification sociale et environnementale, et 77 % trouvent que les entreprises ne leur donnent pas assez d'informations sur les conditions de fabrication de leurs produits.

Parmi les informations recherchées en priorité par les consommateurs, on trouve l'origine des matières premières et le lieu de fabrication des produits. Mais même s'ils aimeraient que ce type d'information figure sur les étiquettes, il semble y avoir un gros travail de clarification et de simplification à faire, car 56 % d'entre eux considèrent qu'il est encore difficile de comprendre les informations sur les produits durables. Un vrai défi pour les professionnels du marketing, qui vont devoir apprendre à rendre lisible un sujet souvent complexe. L'expérimentation sur l'affichage environnemental des produits, qui va commencer dès le 1^{er} juillet, permettra sans doute de développer des pistes intéressantes dans ce domaine.

Pour Michèle Pappalardo, commissaire générale au développement durable, qui commentait les résultats de l'étude lors de la conférence organisée pour l'occasion, ces tendances montrent bien que les consommateurs sont conscients de pouvoir agir sur le développement durable à travers leurs modes de consommation. Ils sont prêts à se prendre en main et à consommer mieux, même si c'est avant tout pour eux-mêmes. Et d'un point de vue marketing, quelles conclusions ? Pour Gilles Degroote, consultant chez Ethicity, le message est clair : « Alors que les Français sont en train de reprendre en main leur propre consommation, c'est désormais au tour des marketeurs de se prendre en main et de saisir cette opportunité qui s'offre à eux pour agir à travers leurs marques en faveur d'une consommation plus responsable ! ».

Lisez ce document et répondez aux questions

15 points

1- Qu'évalue le baromètre Ethicity ?

→ Ce baromètre évalue l'attitude des Français en matière de consommation durable.

2- Vrai ou faux ? Justifiez votre réponse avec des extraits du texte :

	V	F
1. Les Français privilégient les produits de qualité. Justification : " ... vers une consommation plus qualitative "	X	
2. Les Français veulent connaître au mieux les produits qu'ils achètent. Justification : " ... jouer un rôle actif dans ses choix de consommation "	X	

3- Qu'est-ce qu'une consommation responsable pour une grande partie des Français ? (3 pts)
(deux explications !!!)

→ Réduire leur consommation globale.

→ Éviter de consommer des produits ou services superflus.

4- Pour une autre partie des Français, la consommation responsable réside dans l'achat de quel type de produits ?

- des produits de saisons.
- des produits écologiques.
- des produits ayant un bon rapport qualité-prix.

5- Quelle est la première préoccupation des Français qui oriente leur façon de consommer ? (1,5 pts)

→ C'est leur santé

6- Quelle doit être la caractéristique d'un produit responsable ? (1,5 pts)

→ Il doit être fabriqué localement.

7- D'un point de vue économique, que doit permettre la production de produits responsables ?

- une plus ample variété de produits locaux.
- la création de nouveaux postes dans la région.
- l'augmentation des salaires de producteurs régionaux.

8- Vrai ou faux ? Justifiez votre réponse avec des extraits du texte :

	V	F
En général, les Français se méfient de la sincérité des entreprises dans leur engagement écologique. Justification : "Ils sont seulement 37% à déclarer faire confiance aux grandes entreprises"	X	

9- Que regrettent une grande partie des Français ?

- le manque d'information sur l'origine des produits.
- le nombre peu important de consommateurs responsables.
- la multiplication des labels certifiant l'authenticité du produit.

10- Vrai ou faux ? Justifiez votre réponse avec des extraits du texte :

	V	F
Pour un peu plus de la moitié des Français, les informations données sur l'étiquette des produits sont tout à fait satisfaisantes. Justification : "Ils aimeraient que ce type d'informations figure sur les étiquettes"		X

11- Pour Michèle Pappalardo, les consommateurs ...

- maîtrisent parfaitement les meilleurs modes de consommation.
- savent que leur type de consommation a un impact sur l'environnement.
- ont encore besoin d'explications sur les façons de consommer responsable.

Document 2 : Écoutez deux fois l'enregistrement puis répondez.

6 points

1- Ce document est ...

- une conversation téléphonique.
- une publicité pour un magasin.
- un message laissé sur un répondeur.

2- La cliente appelle le magasin pour ...

- passer une commande.
- avoir des informations complémentaires.
- faire une réclamation.

3- La personne qui répond travaille au service livraison.

- VRAI.
- FAUX.
- On ne sait pas.

4- La livraison à domicile ...

- est automatique pour chaque commande.
- doit être demandée par le client.
- n'existe que pour certains produits.

5- Quel est le prix de la livraison ?

- 65 euros, quel que soit le poids de la marchandise.
- 65 euros, jusqu'à 200 kg de marchandise.
- 65 euros, à partir de 200 kg de marchandise.

6- Si la commande dépasse 1 500 euros, la livraison est gratuite.

- VRAI.
- FAUX.
- On ne sait pas.