

Tekst 8

# Le café, symbole français, souffre



(1) Symboles d'un certain art de vivre à la française, les cafés sont depuis toujours des lieux de convivialité et de rencontres. Les Français aiment y passer avant le travail, pour prendre leur petit-déjeuner ou un simple «petit noir». Beaucoup reviennent à midi: le café devient alors un véritable petit restaurant.

(2) Les amateurs de boissons apéritives s'y retrouvent le soir avant de rentrer à la maison. 23 cette tradition diminue. Les cafés perdent en effet de plus en plus de leur clientèle. Selon une étude récente, plus de 2000 établissements ont fermé l'an dernier, soit six fermetures par jour. L'ambiance n'est donc pas bonne. A l'*Esméralda*, un café touristique près de Notre-Dame, le gérant fait triste mine: «Quand ils sortent, les gens consomment moins qu'avant car ils veulent faire des économies. Par exemple, ils commandent un plat pour trois personnes ou même un Coca avec quatre verres!» Les jeunes aiment mieux acheter de la bière au supermarché et boire entre eux, à la maison,

avant de sortir, car c'est meilleur marché.

(3) La crise économique joue évidemment un rôle important dans la baisse de la fréquentation des cafés, mais elle n'en est pas l'unique cause. *Le Saint-Claude*, un bar du 12<sup>e</sup> arrondissement de Paris, a perdu un quart de ses clients après l'interdiction de fumer dans les bars. Autre responsable de la mauvaise santé des cafés: la concurrence de la restauration rapide qui s'est fortement développée dans les années 90. Entre les fast-foods et les boulangeries changées en sandwicheries, les cafés ont des problèmes à garder les clients. A midi, les gens mangent des sandwiches dans la rue.

(4) Face à toutes ces évolutions, chacun cherche des solutions pour s'en sortir. Pour conserver leur clientèle de fumeurs en hiver, de nombreux cafés ont installé des chauffages au gaz en terrasse. Problème: pour les écologistes, ces appareils sont un terrible gaspillage d'énergie. Sans parler des bruits causés par les fumeurs groupés dans la rue, sous les fenêtres des voisins... Au célèbre café parisien

- Procope*, on a baissé le prix des menus de quelques euros.
- 60 (5) Certains cafés essaient de se renouveler en changeant leur décoration (écrans plats, mobilier design) ou en mettant en avant des boissons à la mode, comme les «smoothies». Mais, 65 pour le patron du *Merle Moqueur*, un petit bar à Paris, il faut encore aller plus loin: «Celui qui tient un café doit faire plus que remplir des verres. Il doit animer le comptoir, parler aux gens, sourire... Un café, c'est avant tout un lieu de rencontres.» Dans plusieurs cafés, «l'opération séduction» a commencé. Reste à savoir si les clients vont revenir.

## Tekst 8 Le café, symbole français, souffre

- 1p 23 Remplissez le mot qui manque à la ligne 12.
- A Car
  - B Donc
  - C Mais
  - D Même
- «Le café, symbole français, souffre» (titre)
- 1p 24 Quelle en est l'explication d'après le 2e alinéa?
- A De nos jours, les Français font plus attention à leurs dépenses.
  - B Les cafés ont augmenté le prix des boissons ces dernières années.
  - C Les jeunes d'aujourd'hui préfèrent l'ambiance de chez eux à celle du café.
  - D Les jeunes Français boivent de moins en moins d'alcool depuis peu.
- «La crise ... l'unique cause.» (regel 31-34)
- 1p 25 Welke  **twee**  andere oorzaken voor afname van het cafébezoek worden genoemd in de 3e alinea?
- 2p 26 Geef van elk van de onderstaande beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de 4e alinea.
- 1 De plus en plus de cafés réussissent à conserver leur clientèle.
  - 2 Le chauffage au gaz en terrasse sera interdit à l'avenir.
  - 3 La plupart des cafés ne respectent plus l'interdiction de fumer.
  - 4 Plusieurs cafés ont l'intention de baisser le prix des menus.
- Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.
- 1p 27 A quoi sert le dernier alinéa?
- A A expliquer pourquoi les clients préfèrent certains bistrotts à d'autres.
  - B A expliquer que les gens ne se laissent pas facilement séduire par des nouveautés.
  - C A montrer à quel point il est nécessaire que les cafés changent de look.
  - D A montrer que les cafés font de leur mieux pour que les clients reviennent.