

Tekst 7

L'achat « en vrac »



(1) Alice Bigorgne travaillait dans le marketing jusqu'à ce qu'elle lise un livre qui a changé sa vie : *Zéro déchet*. Ce livre de Bea Johnson, qui est une invitation à réfléchir sur sa propre consommation, a inspiré Alice pour ouvrir une épicerie zéro déchet appelée « day by day » à Lille. Aujourd'hui, c'est une chaîne d'épicereries qui compte quatre magasins à travers le pays. La mission de ces épiceries est de proposer aux gens de faire des courses plus écologiques. C'est un changement de mentalité dont on a vraiment besoin, en France et ailleurs.

(2) A « day by day », il n'y a pas d'emballage : les produits sont vendus « en vrac ». Les clients doivent apporter leurs propres contenants. Cela permet de réduire les déchets. Mais ce n'est pas tout. Acheter « en vrac » aura un impact

positif sur le portefeuille des consommateurs. En effet, ils paient souvent cher l'emballage des produits sans même s'en rendre compte. La commerçante dit que le résultat est conséquent : « zéro déchet est presque 40% moins cher par rapport à un produit équivalent qu'on peut acheter ailleurs ».

(3) Chez « day by day », on peut acheter précisément la quantité de nourriture dont on a besoin. L'idée est de réduire les déchets alimentaires en vendant exactement ce qu'une personne veut utiliser. 23, si les clients demandent une seule cuillerée de café ou deux bâtons de cannelle, Alice Bigorgne va le leur vendre.

(4) Le concept n'est pas nouveau. C'est la façon dont beaucoup de nos grands-parents faisaient leurs courses. Ils prenaient un récipient pour le faire remplir avec la quantité de l'ingrédient choisi dont ils avaient besoin ou qu'ils pouvaient se permettre. Alors que les consommateurs d'aujourd'hui bénéficient d'un plus grand choix de nourriture que les générations précédentes, il est regrettable qu'ils soient éloignés du modèle commercial en vrac. « On remet juste au goût du jour un concept qui permet de faire attention à l'environnement et consommer plus juste », raconte Alice Bigorgne.

*d'après 20 minutes,
le 30 avril 2015*

Tekst 7 L'achat « en vrac »

- 1p 21 Qu'est-ce qui est vrai selon le premier alinéa ?
Alice Bigorgne
A a eu l'idée d'ouvrir une épicerie zéro déchet.
B est l'auteure du livre *Zéro déchet*.
C va travailler dans le marketing pour changer la mentalité des consommateurs.
D veut promouvoir la création d'épiceries « day by day » à travers toute la France et ailleurs.
- Het los verkopen van producten heeft als voordeel dat er minder afval wordt geproduceerd.
- 1p 22 Welk ander voordeel biedt het de consument volgens de tweede alinea?
- 1p 23 Choisissez le(s) mot(s) qui manque(nt) au 3ème alinéa.
A De plus
B Ensuite
C Par exemple
D Pourtant
- 1p 24 Quelle affirmation correspond au 4ème alinéa ?
A Ce sont surtout les personnes âgées qui achètent « en vrac ».
B En général, la nourriture vendue « en vrac » a un meilleur goût.
C L'achat « en vrac » existait déjà à l'époque de nos grands-parents.
D Le choix de la nourriture « en vrac » s'agrandit sans cesse.