

## Tekst 9

## Irréductibles Gauloises

(1) Propriété du groupe britannique Imperial Tobacco depuis 2007, la marque Gauloises n'en reste pas moins l'icône française des cigarettes. Vendue actuellement dans plus de 70 pays, Gauloises a fêté son centenaire en 2010. Comment expliquer un tel succès, une telle longévité ? Est-ce une question d'arôme ? Possible. D'image ? Sûrement...

(2) En France, les cigarettes Gauloises sont généralement perçues comme étant fortes et peu raffinées. A l'étranger, la marque est vue plus positivement et elle est considérée comme un produit de haute qualité. Partout dans le monde, fumer des Gauloises, c'est se sentir un peu français, c'est s'approprier, d'une certaine façon, les traits de caractère qu'on leur prête.

(3) Née en 1910, Gauloises va rapidement trouver le slogan « *Liberté, toujours !* », et des symboles forts qui consacrent une certaine idée de la France : l'anticonformisme, l'indépendance d'esprit, la spontanéité ou l'audace. En France, fumer des Gauloises, c'est aussi affirmer son patriotisme, incarné dès 1925 sur les paquets par le casque à ailettes du combattant gaulois. En 1936, la marque adopte la couleur bleue qui, avec le casque, restera un symbole constant de l'emballage. Le succès est alors un fait : la Gauloise devient la cigarette de huit fumeurs sur dix ! Pendant les Trente Glorieuses (1945-1975), les Gauloises brunes dominant ainsi largement le marché français, représentant 77,9%



des ventes de cigarettes. Le tabac brun, au goût fort, véhicule une image d'homme viril. La « Cigarette de France » dispose aussi de célèbres ambassadeurs parmi les intellectuels et artistes, dont Jean-Paul Sartre et Léo Ferré, qui chante en 1964 *La Gauloise*, chanson dans laquelle il s'adresse à la cigarette comme à une amante...

(4) Mais bientôt, le marché français, qui s'ouvre à la concurrence mondiale en 1976, basculera vers les tabacs blonds venus d'outre-Atlantique, qui ont un goût moins fort. Dès cette année-là, les ventes de Gauloises ne représentent alors plus que 56,5% du total de cigarettes vendues en France. « La brunette » n'a plus la cote. Après bien des

hésitations, la société Gauloises décide, en 1984, de lancer une version blonde du produit. Une décision qui assurera la survie de la marque, malgré la chute des ventes inhérente à la lutte contre le tabagisme, entreprise en France au début des années 90.

**(5)** Cependant, en dehors de la France, le cachet français fait toujours son effet : chaque année, 90% des 32 milliards de cigarettes Gauloises sont écoulées à l'étranger. Preuve qu'une certaine idée de la France et des Français fait toujours recette. Auprès des fumeurs en tout cas.

*d'après Ecoute, novembre 2013*

**Tekst 9 Irréductibles Gauloises**

---

- 1p **35** Comment peut-on expliquer le succès de la marque Gauloises en dehors de la France d'après les deux premiers alinéas ?  
C'est une question
- A d'argent.
  - B de goût et d'arôme.
  - C de marketing.
  - D d'image et de qualité.
- 2p **36** Geef van elke bewering aan of deze wel of niet overeenkomt met de derde alinea.
- 1 La société Gauloises a réussi à dominer le marché français dès sa création en 1910.
  - 2 La société Gauloises va engager des dessinateurs français pour renouveler l'emballage des paquets.
  - 3 La société Gauloises fait appel à des artistes célèbres pour stimuler la vente des Gauloises.
- Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.
- In de vierde alinea worden twee ontwikkelingen genoemd die afbreuk hebben gedaan aan het succes van het merk Gauloises. Eén ervan betreft de opkomst van lichte tabak.
- 1p **37** Van welke andere ontwikkeling is er sprake?
- 1p **38** Quel est le but principal que l'auteur a voulu atteindre en écrivant ce texte ?
- A Alerter le lecteur sur les risques qu'on court en fumant des Gauloises.
  - B Amuser le lecteur en parlant des « brunettes » de la société Gauloises.
  - C Inciter le lecteur à acheter des Gauloises au lieu des tabacs blonds d'Outre-Atlantique.
  - D Informer le lecteur sur l'histoire et la popularité des Gauloises.