

DU PANIER AU CHARIOT

Мельник Є. Ю. Від кошика до візка

Стаття присвячена проблемі змін, які відбулися у купівельних звичках французів. Відібрано дидактичний матеріал для актуалізації та засвоєння лексики за темами "Магазини. Покупки. Продукти харчування".

Ключові слова: покупки, продукти харчування, маленькі магазини, супер-/гіпермаркети, купівельні звички, граматичні і лексичні навички.

Мельник Е. Ю. От корзины к тележке

Статья посвящена проблеме изменений, происшедших в покупательских привычках французов. Отобран дидактический материал для актуализации и усвоения лексики, относящейся к темам "Магазины. Покупки. Продукты питания".

Ключевые слова: покупки, продукты питания, маленькие магазины, супер-/гипермаркеты, покупательские привычки, грамматические и лексические навыки.

Melnyk Ye. Yu. From a basket to a cart

The article deals with alterations that have occurred in buying habits of the French. The didactic materials for updating and learning the vocabulary relative to the topics "Shops. Shopping. Food" are selected.

Keywords: purchase, food products, stores, super-/hypermarkets, buying habits, grammar and lexical subskills.

Objectifs: faire découvrir le changement radical des habitudes des consommateurs français, travailler sur le vocabulaire concernant les produits d'alimentation, les achats dans les petits commerces et dans les grandes surfaces, réviser l'emploi du Passé Composé et de l'Imparfait, perfectionner les compétences de compréhension et d'expression orale et écrite

Niveaux: intermédiaire et avancé

Matériel: photocopies des textes, matériaux audiovisuels

1. Un point de départ. Lisez le texte ci-dessous et répondez aux questions.

"Et avec ceci?" demandait l'épicier, coupant une dernière tranche de jambon, tout en faisant patienter une longue file de clients. Quarante-cinq ans plus tard, l'attente – toujours là – ne se fait plus dans la même convivialité. Les caissières des hypers, exténuées par un rythme trépidant, n'ont pas ce bagou qui compensait largement la lenteur du service, et les clients – des couples avec enfants aux revenus moyens – se concentrent exclusivement sur leurs chariots débordant de victuailles. Ce changement radical des habitudes des Français s'est accompagné d'une chute impressionnante de leurs achats dans les petits commerces – ils représentaient 53 % en 1970 et seulement 24 % en 1994 – tandis que les

grandes surfaces totalisent aujourd'hui près de 70 % des dépenses alimentaires des ménages. Un record mondial! Depuis l'ouverture du premier hypermarché, un Carrefour, en 1963, à Sainte-Geneviève-des-Bois, les Français n'ont cessé de plébisciter les prix bas, le plus grand choix – avec, notamment, la démocratisation des produits de luxe comme le saumon fumé ou le foie gras – et la possibilité de tout acheter sous un même toit. Quitte à laisser mourir les épiceries, les boucheries, presque entièrement cannibalisées par la grande distribution, les poissonneries et les marchands de quatre-saisons. Seules des boulangeries, encore fréquentées par 65 % des ménages, s'en sont tirées. Heureusement, cette fin de siècle est nostalgique: on revient aux racines, au terroir, à l'authentique. Car rien ne remplace, décidément, les conseils et les potins des commerçants du quartier.

(L'Express, 03.06.1999, P.52)

1. Doit-on attendre près des caisses dans les hypermarchés?
2. Pourquoi les caissières sont-elles exténuées?
3. Qu'est-ce qui compensait la lenteur du service dans les petits commerces d'autrefois?
4. Qui est un client type des hypermarchés?
5. Pourquoi, dans les hypermarchés, les chariots débordent-ils toujours de victuailles?
6. Quel est le taux des dépenses alimentaires des ménages en ce qui concerne les grandes surfaces?
7. En quelle année et où le premier hypermarché a-t-il été ouvert?
8. Qu'est-ce qui attire les Français dans les hypermarchés?
9. Quels produits de luxe peut-on trouver dans les hypers?
10. Quels petits commerces sont cannibalisés par la grande distribution?
11. Quel est le pourcentage des ménages qui fréquentent les boulangeries?
12. Pourquoi les petits commerces commencent-ils à renaître dans les centres-villes?

2. Les magasins, les vendeurs et les produits. Révisez le vocabulaire et complétez les phrases dans l'exercice qui suit.

boulangerie (f) – boulanger (m): pain (m), baguettes (f, pl);

pâtisserie (f) – pâtissier (m): gâteaux (m, pl), tartes (f, pl), brioches (f, pl), petits pains (m, pl) aux chocolat, croissants (m, pl);

confiserie (f) – confiseur (m): confitures (f, pl), bonbons (m, pl), nougat (m), d'autres sucreries;

épicerie (f) – épicier (m): café (m), thé (m), pâtes (f, pl), farine (f), sucre (m), sel (m), épices (f, pl), boissons (f, pl), conserves (f, pl);

laiterie-crèmerie (f) – laitier (m): lait (m), crème fraîche (f), yaourts (m, pl), fromage blanc (m), beurre (m);

fromagerie (f) – fromager (m): fromages (m, pl) / camembert (m), roquefort (m), brie (m), cantal (m) /;

boucherie (f) – boucher (m): viande (f) / bœuf (m), porc (m), veau (m), mouton (m), poulet (m) /;

charcuterie (f) – charcutier (m): saucisses (f, pl), saucisson (m), jambon (m);

poissonnerie (f) – poissonnier (m): poisson (m), produits (m, pl) de mer, huîtres (f, pl);

fruits-légumes (m, pl) – vendeur / marchand (m) de fruits et de légumes: fruits (m, pl), légumes (m, pl).

- On va à (chez le) pour acheter
- On achète à (chez le).

3. Vrai ou faux?

1. Avant, les vendeurs ne faisaient jamais patienter leurs clients.
2. Les caissières des hypermarchés ne sont jamais fatiguées.
3. La politesse des caissières compense largement la lenteur du service.
4. Les relations entre les clients et le personnel des supermarchés ne sont pas toujours conviviales.
5. Les chariots des clients sont presque toujours pleins de provisions.
6. Les Français achètent de moins en moins dans les petits commerces.
7. La plupart des dépenses alimentaires se font dans les hypermarchés.
8. Les hypermarchés séduisent les Français par les prix bas, le plus large choix, la démocratisation des produits de luxe et la possibilité de tout acheter sous un même toit.
9. Seules les boucheries ne sont pas en crise.
10. Les Français n'ont pas de nostalgie pour les petits commerces.
11. Il y a de plus en plus de petits commerces en banlieue.
12. La qualité du service de la grande distribution peut bien remplacer la convivialité des petits commerces.

4. Remplissez les trous:

Dans cet, il s'agit du radical des des Français concernant le lieu de l'achat des Avant, on faisait les dans les (épicerie, boucheries, poissonneries, boulangeries) dans une ambiance Le service n'était pas

....., il fallait attendre son tour, mais c'était sympathique parce qu'on pouvait au vendeur, écouter ses et discuter les derniers du quartier. Aujourd'hui, tout n'est plus comme avant: les Français préfèrent les qui totalisent 70% des dépenses des ménages. Ce qui y attire les Français, ce sont les prix , le plus large, la démocratisation des et la possibilité de tout acheter Pourtant, le dernier temps, les renaissent dans les centres-villes. On y va pour retrouver la cordialité des humaines.

5. Traduisez: “От корзины к тележке”

Господин Жерар живет в Сент-Женевьев-де-Буа, рядом с Парижем. Сейчас ему больше 60 лет, и он рассказывает, как и где его семья делала покупки, когда он был молодым.

«Вот уже 68 лет я живу в этом городке. 60 лет назад он был очень спокойным, не было шума, дыма, люди не были утомлены напряженным ритмом жизни. Когда я был ребенком, моя семья делала покупки в маленьких магазинчиках нашего квартала. Рядом с моим домом была булочная, и булочник, господин Берье, был другом моего отца. Его круассаны были восхитительными, хлеб всегда теплым, и когда я приходил в булочную, господин Берье давал мне всегда булочку с шоколадом. Он был очень милым, и все любили теплую обстановку его магазинчика. В этой булочной всегда были длинные очереди клиентов, но никто не сердился. Жители квартала обсуждали последние новости, сплетни, которые интересовали всех. Время проходило быстро. Кроме того, булочник любил шутить, и его забавный язык в значительной степени компенсировал медлительность обслуживания. Недалеко от моего дома были бакалейные магазинчики, рыбная лавка, мясной и колбасный магазины. Продавец овощей был братом моей мамы, и его магазинчик был напротив нашего дома. У него всегда был большой выбор овощей и фруктов. 1963 год изменил наши привычки: в Сент-Женевьев-де-Буа построили гипермаркет, Карфур. Городок стал менее спокойным, появилось больше людей и машин. Падение покупок в маленьких магазинчиках было впечатляющим! Люди ходили туда все меньше и меньше. В гипермаркете им понравились низкие цены, самый большой выбор, демократизация продуктов класса люкс и возможность купить все под одной крышей (это действительно удобно!). Действительно, копченый лосось и фуа гра были там менее дорогими, чем в бакалейном магазине, и это было важно для клиентов – семейных пар со средними доходами с

детьми! Но люди перестали там разговаривать, клиенты сосредоточивались исключительно на своих тележках, заполненных провизией. Наши расходы на питание делаются сейчас исключительно в больших магазинах, и маленькие магазинчики переживают трудные времена. Рыбная лавка, например, должна была закрыться. Только у булочных нет проблем! К сожалению, ожидание у кассы никуда не делось, только оно не делается больше в той же теплой обстановке, как раньше в маленьких магазинчиках. К счастью, они начинают возрождаться в центрах больших городов. Мы возвращаемся к корням, к подлинному, к местным продуктам.»

6. Ecoutez le dialogue et présentez toute l'information sur la personne interviewée:

L'enquête

José, qui est étudiant dans une école de marketing, fait une enquête auprès des clients dans un supermarché. Il s'approche d'une femme, Madeleine.

- José:* Pardon, Madame, je suis étudiant dans une école de marketing et je fais une enquête auprès des clients dans ce magasin. Je peux vous poser quelques questions?
- Madeleine:* Ça dépend. Ça va prendre combien de temps?
- José:* Oh, une minute ou deux.
- Madeleine:* D'accord.
- José:* D'abord, quelle est votre profession?
- Madeleine:* Je suis comptable.
- José:* Vous êtes mariée?
- Madeleine:* Non, célibataire.
- José:* Vous faites du sport?
- Madeleine:* Oui, je fais de l'aérobic. Et quelquefois je fais de la natation. Et du ski.
- José:* Le soir, vous sortez?
- Madeleine:* Oui, souvent. Je vais au cinéma, aux concerts, je rends visite à des amis.
- José:* Vous vous déplacez comment?
- Madeleine:* J'ai une voiture. Une petite voiture.
- José:* Et vous venez souvent dans ce magasin?
- Madeleine:* Oh, en moyenne une fois par semaine, je pense.
- José:* Depuis combien de temps?
- Madeleine:* Depuis trois ans. Depuis qu'il existe.
- José:* Et qu'est-ce que vous achetez en général?
- Madeleine:* En général des provisions – de la nourriture, du détergent. Et du maquillage. Et parfois des vêtements.
- José:* Vous achetez des fruits et des légumes?
- Madeleine:* En général, non. Les fruits, les légumes, la viande, je les achète au petit marché à côté de chez moi. Et le pain, bien sûr. C'est plus frais et c'est moins cher.

- José:* Qu'est-ce que vous aimez le mieux dans ce magasin?
- Madeleine:* Sa situation. C'est situé entre ma maison et mon travail. Donc, c'est très pratique pour moi.
- José:* Et ce que vous aimez le moins?
- Madeleine:* Les prix! Je sais qu'ils ne sont pas plus élevés qu'ailleurs, alors, je continue à venir ici.
- José:* Merci de votre compréhension, Madame. Au revoir et bonne journée.

(Guide de la communication)

● Utilisez les expressions du texte "Du panier au chariot" pour compléter le dialogue et remplir les trous:

José fait une enquête auprès des clients dans un hypermarché, un Carrefour, à Sainte-Geneviève-des-Bois. Il s'approche d'une femme, Madeleine.

- José:* Depuis combien de temps vous venez dans ce magasin?
- Madeleine:* Depuis son ouverture en ..., c'est-à-dire depuis ... ans. Depuis qu'il existe.
- José:* Avez-vous des connaissances qui viennent dans ce magasin?
- Madeleine:* Oui, ce sont des couples avec ...
- José:* Vous achetez beaucoup de provisions?
- Madeleine:* Oh oui, mon chariot est... Et je peux trouver ici les produits de luxe comme ... à un prix ...
- José:* Vous achetez des fruits et des légumes?
- Madeleine:* En général, non. Les fruits, les légumes, la viande, je les achète au petit marché à côté de chez moi. Et le pain, bien sûr. C'est plus frais et c'est moins cher.
- José:* Donc, vous avez vos petits commerces préférés!
- Madeleine:* Bien sûr, mon ..., ma ... J'aime bien aller chez ... parce que ... Vous savez, rien ne remplace ...
- José:* Qu'est-ce que vous aimez le mieux dans ce magasin?
- Madeleine:* Sa situation. C'est situé entre ma maison et mon travail. Donc, c'est très pratique pour moi. En plus, ici, j'ai la possibilité de... et le choix...
- José:* Et ce que vous aimez le moins?
- Madeleine:* Les prix! Je sais qu'ils ne sont pas plus élevés qu'ailleurs, alors, je continue à venir ici. Outre cela, près des caisses, il y a ... et les caissières ...

7. A vous! Où faites-vous vos courses? Préférez-vous les petits commerces ou les hypermarchés? Détaillez votre réponse. Décrivez le supermarché (hypermarché) le plus proche de chez vous.

Отримано 20.03.14