

COMPRÉHENSION ÉCRITE : CONSOMMATION

L'acheteur compulsif, avide de nouveauté et dépensant sans compter pour des produits qui ne dureront qu'une saison, est un modèle désormais archaïque. Les études et les sondages sont sans appel : le consommateur moderne est plus éthique et achète plus durablement, avec une préférence pour les produits basiques, intemporels et solides qu'il gardera des années. Autrement dit, ses achats ne sont plus motivés par le seul plaisir ou l'utilité mais en fonction de principes moraux et raisonnés. En effet, nos habitudes de consommation révèlent notre positionnement moral : « Dites-moi ce que vous achetez et je vous dirai qui vous êtes ! » La plupart des consommateurs assument visiblement leurs responsabilités, quitte à payer un produit plus cher pour peu qu'ils aient l'assurance que sa fabrication soit respectueuse de l'environnement et que la main d'œuvre soit bien traitée.

Ce questionnement éthique est issu d'une tendance plus large provenant du domaine politique qui a touché le domaine de la consommation plus tard. Il a émergé en réaction aux pulsions acheteuses et frénétiques de la société actuelle qui crée des besoins jamais satisfaits. Cette nouvelle culture de la consommation prône le ralentissement comme mode de vie, en associant altruisme et épanouissement personnel grâce à l'économie de partage, l'écologie et des savoir-faire traditionnels. Un retour à l'essentiel basé sur un comportement plus éthique, en somme.

Ce retour à plus de moralité dans la consommation doit s'accompagner aussi d'un changement d'échelle car avec la globalisation pour habiller, meubler ou nourrir la planète à moindre coût, ce sont des groupes tentaculaires qui jouissent aujourd'hui d'un quasi-monopole favorisant l'uniformisation. Or, pour consommer de façon éthique, encore faut-il que les producteurs le soient. Heureusement, ils sont de plus en plus conscients qu'outre l'aspect immoral, ne pas suivre une charte éthique rigoureuse peut être dramatique et entraîner de sérieux déboires, comme en témoigne la chute du chiffre d'affaires d'une célèbre marque de vêtements après qu'on a découvert qu'elle faisait travailler des enfants. Pour séduire ces nouveaux consommateurs, les groupes et les marques s'adaptent donc. Il faut dire que l'éco-responsable fait vendre. Mais, même si cet engagement fait partie d'une stratégie commerciale assumée pour conserver une image positive, on ne peut que se réjouir de voir les entreprises travailler de manière plus responsable.

QUESTIONNAIRE :

a. L'objectif de cet article est de faire...

- une analyse d'une nouvelle façon de consommer.
- une comparaison objective de différentes façons de consommer.
- une critique des consommateurs actuels.

b. La tendance en train de s'accroître se fonde sur...

- une surconsommation effrénée.
- une déconsommation effrénée.
- une consommation plus responsable

c. Le mot d'ordre de cette nouvelle façon de consommer est...

- l'accélération
- l'uniformisation
- le ralentissement

d. Quelles sont Les caractéristiques du consommateur moderne décrit dans l'article ?

- Il consomme frénétiquement.
- Il est toujours en quête d'originalité.
- Il privilégie les produits résistants dans le temps.
- Il veut avant tout satisfaire ses désirs.
- Il est guidé par un sens de la responsabilité.
- Il essaie d'adapter son mode de consommation à ses valeurs.
- Il accepte de payer davantage un produit éthique.
- Il est peu soucieux des processus de fabrication.

e. Cette nouvelle culture de La consommation :

- a précédé tous les autres questionnements éthiques de la vie publique.
- veut concilier le bien-être de l'individu et le soutien à autrui.
- s'appuie sur les progrès et les avancées technologiques.
- lutte contre les géants de la mondialisation.

Source : <https://didierfle-saison.com/exercices/b2/unite-9-b2/bilan-comprehension-ecrite-36/>

Et vous ? Votre manière de consommer a-t-elle changée ? De quelle manière ? Pensez-vous que dans votre pays on se tourne plutôt vers la surconsommation ou sur la déconsommation ? Pourquoi ? Citez des exemples.



Observez ces vignettes et commentez-les en petites équipes :

