# Texte 4 - Lingua francese (6 ECTS)

# AA 2019-2020 2 SEM - 24/04/2020

**(lo spreco) : pourquoi jette-t-on (buttiamo) autant d’aliments ?** **Le Monde | 16.10.2016**

## Selon la [dernière étude de l’Agence de l’environnement et de la maîtrise de l’énergie (Ademe), parue (pubblicata) en mai](http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/pertes-gaspillages-alimentaires-etat-lieux-201605-synt.pdf), dix millions de tonnes de nourriture (***cibo***) sont jetées(*buttate*) chaque (*ogni*) année en [France](http://www.lemonde.fr/europeennes-france/). Soit l’équivalent de 16 milliards d’euros et de 15,3 millions de tonnes de CO2.

Ramené (*rapportato*) à chaque Français, cela représente 29 kg d’aliments jetés chaque année chez soi, et 155 kg sur l’ensemble de la chaîne alimentaire. La valeur de la nourriture ainsi perdue représente 240 euros par an et par personne.

A l’occasion de la Journée nationale de lutte contre le gaspillage (*spreco*) alimentaire et de la Journée mondiale de l’alimentation, dimanche 16 octobre, Mia Birau, chercheuse (*ricercatrice*) à [Grenoble](http://www.lemonde.fr/grenoble/) Ecole de [management](http://www.lemonde.fr/management/), auteure d’études sur les leviers (*meccanismi*) psychologiques du gaspillage alimentaire, explique les ressorts (*motivazioni*) conscients et inconscients qui conduisent les consommateurs à [jeter](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/jeter/) autant d’aliments.

**Les campagnes d’information sur le gaspillage se multiplient. Ont-elles un impact sur les consommateurs ?**

Ces campagnes permettent de [faire](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/faire/) [connaître](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/connaître/) le problème du gaspillage. Mais elles utilisent souvent un message culpabilisant, qui a l’effet inverse à celui recherché : les consommateurs, sous-estimant leur gaspillage, ne se sentent ainsi pas coupables. « Si tout [le monde](http://www.lemonde.fr/le-monde/) gaspille, pourquoi serais-je plus concerné que les autres ? », se disent-ils.

En revanche (*invece*), si le message souligne la part de responsabilité des distributeurs et des restaurateurs (*titolari di ristoranti*), le consommateur est plus disposé à faire des efforts pour [réduire](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/réduire/) le gaspillage, ne se sentant pas le seul concerné. Autrement dit, si le message n’est pas uniquement concentré sur lui, il est prêt à [participer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/participer/) à l’effort.

Nos études montrent aussi que lorsqu’on explique que c’est facile de réduire son gaspillage, en somme, que l’on fait appel à la confiance du consommateur, le sentiment d’être accusé s’atténue. Le consommateur est alors disposé à faire plus d’efforts.

**Constate-t-on un recul (*una riduzione*) du gaspillage ?**

Il n’existe pas aujourd’hui d’études conduisant à cette conclusion. Les [analyses](http://www.lemonde.fr/analyses/) actuelles se concentrent sur l’estimation (*sulla stima*) de la quantité et des volumes d’alimentation gaspillée, mais non sur son évolution.

Ce qui est sûr, c’est que la prise de conscience du problème s’accroît. Les programmes, les actions de lutte contre le gaspillage se multiplient. Mais la lutte contre le gaspillage est un chantier de longue haleine (*di lungo respiro*). C’est aussi une question de [culture](http://www.lemonde.fr/culture/). Et [changer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/changer/) les comportements prend du temps.

**Le gaspillage s’explique-t-il en partie par la prééminence de normes sociales, hygiénistes ?**

Certains mécanismes psychologiques, largement inconscients, conduisent en effet au gaspillage. Pour se [rassurer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/rassurer/) sur son niveau de vie (*tenore di vita)*, pour [conforter](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/conforter/) son image de « bons parents » prévoyants, d’hôtes généreux, on achète souvent trop.

Les consommateurs sous-estiment aussi le remplissage (*l’approviggionamento*) de leur congélateur, de leurs placards (dispense) et pensent [être](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/auxiliaire/être/) en mesure de [consommer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/consommer/) tous les produits achetés avant la date de péremption.

Même (anche) au moment du repas, notre inconscient contrecarre (*combatte*) les motivations qui ont guidé l’achat. Un souci (*proccupazione*) diététique peut nous [avoir](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/auxiliaire/avoir/) poussé à [acheter](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/acheter/) une salade, mais une fois à table, on se laisse [tenter](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/tenter/) par une pizza, des pâtes (*un piatto di pasta*). De la même façon, on achète un nouveau yaourt (*yogurt*) pour [tester](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/tester/), changer, mais on continue à consommer son yaourt habituel.

Et les habitudes ont la vie dure : la tranche d’entame (*la prima fetta*) du pain, le fond (*il fondo*) de pot (d*ella confezione*) de sauce (*di salsa*), le reste d’un plat finissent à la poubelle (*cestino dei rifiuti*). Même (anche/pure) la façon de [stocker](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/stocker/) les aliments relève d’habitudes souvent (*spesso*) bien ancrées (*radicate*). On met par exemple les bananes et les biscuits dans le frigo parce que nos parents ont toujours fait cela.

Quant aux dates de péremption (*scadenza*), les consommateurs les interprètent souvent comme une alerte immédiate sur la [sécurité alimentaire](http://www.lemonde.fr/afrique-securite-alimentaire/) du produit, alors que (mentre) pour beaucoup de produits, ce n’est qu’une date indicative. On ne fait pas de différence entre « consommer avant (*prima di*) ou jusqu’au (fino a) » et « consommer de préférence (*preferibilmente*) avant ». Un certain nombre d’aliments non ouverts finissent ainsi à la poubelle. De la même façon (*allo stesso modo*), les études montrent que l’on cuisine d’abord les derniers produits achetés. Les produits plus anciens sont inutilisés, puis jetés.

**Comment faire évoluer les comportements ?**

Il faut (*occorre/bisogna*) [continuer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/continuer/) à [développer](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/développer/) des campagnes fortes et visibles qui permettent au consommateur d’avoir confiance en sa capacité de changer. Il est aussi important de faire de la pédagogie sur la date de péremption comme sur la façon de stocker les aliments.

Les indications « garder (*conservare*)au frais » ou « garder dans un endroit (*luogo*) sec », sont souvent insuffisantes car trop générales. Du coup, le consommateur s’appuie sur ses habitudes dans sa façon de les [conserver](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/premier-groupe/conserver/). De façon générale, la législation sur les étiquettes mérite d’évoluer.

Il faut aussi [revenir](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/revenir/) sur l’idée encore bien ancrée (*radicata*) chez les distributeurs que les produits moches (*brutti*), déformés (*irregolari*), ne se vendent pas. Au contraire, aujourd’hui, avec le [développement](http://www.lemonde.fr/developpement/) du bio, le consommateur perçoit les fruits et légumes « moches » (*brutti*) comme des produits plus naturels, plus sains.

Il faut faire de l’éducation dès (fin da) le plus jeune âge. C’est avec les générations à [venir](http://conjugaison.lemonde.fr/conjugaison/troisieme-groupe/venir/) que l’on prendra un vrai tournant (*avremo un vero cambiamento*) dans les bonnes habitudes.

**EXERCICES**

**AFFIRMATIONS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Vrai | Faux | ? |
| Les produits qui ne sont pas beaux ne sont pas achetés par les consommateurs |  |  |  |
| La date de péremption est impérative |  |  |  |
| On a tendance à cuisiner les produits achetés en premier |  |  |  |
| L’inconscient gouverne nos achats |  |  |  |
| Moins les indications de conservation existent et plus on jette |  |  |  |
| On achète avec sa raison et on consomme avec ses envies |  |  |  |
| La perfection des produits alimentaires oriente encore les actes d’achat |  |  |  |
| La culpabilisation est une bonne pédagogie |  |  |  |
| Le gaspillage est une action consciente |  |  |  |
| On connait bien maintenant l’évolution du gaspillage dans les sociétés de consommation. |  |  |  |

**Synonymes** :

échéance (scadenza) : laid (sgraziato) :

dès le début : diminuer :

**Quel est le titre qui a été donné à cet article ?**

1. Journée de lutte contre le gaspillage

2. Faire évoluer les comportements alimentaires

3. Culpabiliser le consommateur n’est pas une bonne solution

**Reliez les mots des deux colonnes selon la logique**:

|  |  |
| --- | --- |
| Jeter | Comportement |
| Conscience | Habitude |
| Tentation | Gaspillage |
| Frigo | Diététique |

**Mots croisés :**

