

TRANSKRYPCJA NAGRAŃ

Exercice 1.

Document A

Pour comprendre l'origine du café americano, il faut revenir en arrière, jusqu'à l'époque de la Seconde Guerre mondiale. Avec l'entrée en guerre des Américains, c'est aussi de nombreux échanges culturels qui vont se produire. C'est de cette façon que les Européens vont découvrir le jazz. Et les Américains les plaisirs de la table et, notamment, l'expresso. L'hypothèse la plus plausible est que les soldats américains arrivés en Europe avaient besoin de retrouver un goût de chez eux. En effet, le palais des Américains n'est pas habitué au goût plus intense de l'expresso. Ils ont donc demandé qu'on leur serve un café moins fort. Les Européens ont alors ajouté de l'eau pour satisfaire ces clients. Par la suite, l'industrie a adopté cette nouvelle mode pour le marché européen.

d'après youtube.com

Document B

Saviez-vous qu'on boit plus de deux milliards de tasses de café par jour ? Le café est la denrée la plus échangée à l'échelle internationale après le pétrole. Le poids économique de ce produit est très important. C'est un véritable or noir qui, comme l'or jaune ou le pétrole, est, lui aussi, coté en Bourse. À l'origine, c'est d'Éthiopie que semble venir le café : plusieurs légendes existent à ce sujet. La plus répandue est celle d'un berger qui, ayant remarqué l'excitation de ses chèvres, aurait à son tour mangé les graines rouges qu'elles consommaient et ressenti un effet énergisant. Mais il est impossible de vérifier cette histoire. On sait par contre avec certitude que le café apparaît dans les textes du XVI^e siècle, dans le port de Moka au Yémen : les livres des marchands ont été conservés.

d'après youtube.com

Document C

Pendant des siècles, le café n'a pas toujours eu bonne réputation. Ainsi, au cours du XVI^e siècle, les autorités ont par exemple essayé de l'interdire à plusieurs reprises : le café, avec la caféine, donne une certaine clarté de pensée et, finalement, les langues peuvent se délier de sorte que les endroits où on se réunissait pour boire du café apparaissaient aux gouvernants et aux religieux comme des endroits de subversion, des endroits où on critiquait le pouvoir en place. Mais les interdictions n'étaient pas très efficaces et ne duraient jamais bien longtemps. Aussi, la plante a-t-elle été rapidement exportée, sous Louis XIV, vers la Martinique et c'est à partir de là que la plante sera exploitée en Colombie, au Brésil et finalement un peu partout en Amérique du Sud.

d'après youtube.com

Exercice 2.

Texte n° 1

- *Bienvenue en Suède, devant le célèbre château de Rosersberg ! Ce château va connaître, au début du XIX^e siècle, le passage d'une tornade d'air chaud, venue de France. Cette tornade arrive de Marseille sous les traits d'une jeune femme appelée Désirée Clary. J'avoue qu'au départ, cette histoire m'a beaucoup étonné...*
- Oui, Stéphane, vous avez raison. Aussi curieux que cela paraisse, la fille d'un petit négociant de Marseille est devenue reine de Suède. Elle a habité les plus beaux palais de ce pays superbe et elle a participé à la création de la dynastie qui est aujourd'hui encore sur le trône. Cette première reine de la dynastie Bernadotte est aussi en quelque sorte la grand-mère des souverains européens. Ses descendants règnent aujourd'hui non seulement en Suède mais aussi en Norvège, au Danemark, au Luxembourg et en Belgique.

- *Mais comment tout cela a-t-il été possible ? C'est ce que nous allons découvrir ensemble grâce aux historiens et notamment à Anne Désclée qui m'a aidé à préparer cette émission. Pour comprendre la vie de Désirée Clary, nous allons pousser la porte des châteaux français et suédois où elle a vécu. Mais, avant toute chose, il faut s'intéresser à son parcours personnel.*
- Il faut comprendre que la jeune fille porte bien son nom : Désirée. La jeune femme a d'abord croisé le chemin de Napoléon dont elle sera un temps la fiancée avant de se marier avec un de ses futurs maréchaux d'Empire : Jean-Baptiste Bernadotte.

- *En fait, si j'ai bien compris, Jean-Baptiste Bernadotte a, par la suite, pris ses distances avec l'Empereur jusqu'à devenir roi de Suède. Et il a entraîné dans son ascension la petite Marseillaise éblouie.*
- Oui, cependant l'histoire n'est pas toute rose : excentrique, se soumettant bon gré mal gré à l'étiquette de la cour, elle montre un caractère entier et absolu qui la pousse à retourner un temps en France. Surtout, Désirée qui a grandi sur les bords de la Méditerranée, ne parvient pas à s'habituer aux rudes hivers du Grand Nord. Aux yeux des Suédois, le couple fait sensation. Quand les Bernadotte arrivent en Suède, ils surprennent : on pourra dire que ce ne sont que des stéréotypes, leurs yeux, leurs cheveux bruns ainsi que leur caractère vif et enjoué contrastent, malgré tout, parmi les Suédois blonds et flegmatiques.

- *On le voit, la vie de Désirée et de son époux, Jean-Baptiste Bernadotte, pose diverses questions auxquelles nous allons essayer de répondre avec Anne qui a bien voulu nous dévoiler les secrets de cette femme d'exception.*

d'après youtube.com

Texte n° 2

C'est un label que les mairies s'attachent : devenir un des « plus beaux villages de France » est le rêve de beaucoup de communes. Le concours a été inventé par un maire de Corrèze en 1981 et la compétition est difficile. Les critères de sélection adoptés par l'association sont très contraignants. Le dossier de candidature, porté par la commune elle-même ou par une structure intercommunale, doit assurer que le bourg possède une dimension rurale, c'est-à-dire qu'il a une population agglomérée ne dépassant pas 2000 habitants et qu'il possède, sur son territoire, au minimum 2 sites ou monuments historiques classés ou inscrits. La commune peut ajouter au dossier tout document qu'elle jugera utile à sa démarche.

Ce label regroupe des villages pittoresques qui attirent des milliers de visiteurs. Dans les montagnes ou près des côtes, tous les villages ont un point commun : un panneau sur le bord de la route. Ce label change la donne. Les vacanciers savent qu'ils ne seront pas déçus. Aujourd'hui, 150 villages bénéficient de ce label. Le jeu en vaut-il la chandelle ? Réponse à La Flotte-en-Ré. Dans ce petit port de Charente-Maritime labellisé en 1988, la fréquentation a doublé. Mais pour réussir le concours et figurer dans la liste, tous les habitants du village doivent faire quelques efforts et rien n'est laissé au hasard. La mairie veille à ce que les villageois ne fassent rien qui puisse déplaire au jury. Pour commencer, chacun doit bien choisir la couleur de sa porte, de ses volets, etc. Le choix des couleurs est bien déterminé, il faut choisir parmi les couleurs autorisées. L'aspect des maisons, c'est primordial. À La Flotte-en-Ré, deux fois par an, le maire fait lui-même sa tournée, il repère les maisons qui doivent être restaurées, les portails qui ne sont pas réglementaires. Et, quand un détail lui déplait, le maire n'hésite pas à le faire savoir. Mais les habitants acceptent bien les remarques : eux aussi, ils ont intérêt à ne pas perdre le label. Par rapport au reste de la région, leurs maisons coûtent en moyenne 25 % plus cher. Avec les années, il est devenu très difficile de rentrer dans la liste des plus beaux villages de France mais il est possible d'en sortir du jour au lendemain.

Mais les critères du concours sont-ils vraiment toujours justifiés ? À Saint-Floret en Auvergne, les habitants du village n'en sont plus si sûrs. Pendant 33 ans, la commune a bénéficié du label mais elle a été déclassée l'automne dernier. L'association ferait-elle de l'excès de zèle ? Sans doute. Du côté de la mairie, c'est l'incompréhension qui domine : le jury leur reproche d'avoir mis des pavés en cercle alors qu'il aurait préféré qu'ils soient droits...

d'après francetvinfo.fr

Exercice 3.

- *C'est la nouvelle arme des commerçants pour séduire. L'odorat est le plus discret mais aussi le plus puissant de nos cinq sens. Boutiques, restaurants, banques, de plus en plus de commerces se parfument. Pourquoi en nous faisant respirer de bonnes odeurs parviennent-ils à nous faire acheter plus ? Comment ces odeurs sont-elles choisies ? Stéphane Arfi va nous aider à comprendre cette nouvelle tendance.*
- Vous avez sans doute déjà remarqué que vous êtes accueilli à l'entrée d'un magasin par une odeur particulière. Cela n'est en rien dû au hasard. Par exemple, si dans un magasin de prêt-à-porter flotte une douce odeur d'agrumes et de fleurs d'oranger, c'est grâce à une machine. Le commerçant la place dans un endroit un peu discret du magasin pour qu'elle ne saute pas aux yeux ni au nez des clients et des clientes.

- *Le but, c'est que tous se sentent à l'aise dès l'entrée...*
- Exactement, il faut que les gens se sentent un peu comme à la maison. On choisit des odeurs agréables, des odeurs qui sont familières et on les associe au magasin qui devient lui-même familier : on reconnaît l'endroit, on s'y sent bien, on a envie d'y rester un petit moment...

- *Car le client qui s'attarde est un client qui se laisse tenter...*
- Oui. Par exemple, dans le magasin de vêtements dont je vous parle, au lieu de rester en moyenne 3 minutes, 3 minutes 20, le client reste maintenant 5 minutes.

- *Mais, bien sûr, cela a un coût et un coût relativement important...*
- En fait, ça va encore, il faut compter 40 euros mensuels pour la location de l'appareil. Ce qui est plus cher, c'est la création d'un parfum personnalisé. Alors là, oui, ça devient assez coûteux.

- *Stéphane, vous êtes un pionnier dans ce domaine. Expliquez-nous comment vous exercez votre métier.*
- Je commence par me rendre sur place. Il faut que je m'imprègne des lieux pour trouver le parfum juste qui correspondra à l'endroit. Je m'intéresse aussi au profil des clients car c'est d'abord à eux que le parfum devra plaire. Ensuite, je présente le projet à un nez.

- *Un nez ?*
- Oui, c'est une personne qui est spécialisée dans la fabrication des parfums. La capitale française pour la fabrication des parfums, c'est Grasse, dans les Alpes-Maritimes.

- *Comment se fait-il que votre service ait tant de succès ?*
- Parce que ça marche : en fait, dans notre cerveau, les odeurs sont directement associées à nos sentiments. Nous avons en mémoire un catalogue d'odeurs et chacune est associée à un souvenir qui déclenche une émotion particulière voire une envie. Par exemple, le chocolat est une odeur qu'on associe généralement à de bons souvenirs. Mais il y a aussi d'autres possibilités, on peut reproduire l'odeur de l'herbe fraîchement coupée, on suscite alors l'envie d'aller dehors, de s'activer physiquement.

- *Vous vous rendez compte du pouvoir que vous avez sur le consommateur ?*
- Le pouvoir... c'est beaucoup dire. Mais bon, c'est vrai, consciemment ou inconsciemment, on essaie d'imposer quelque chose au consommateur, oui.