

Bijlage VWO
2016

tijdvak 2

Frans

Tekstboekje

Les Français se font tout le temps la bise

Le rite de la bise est une des habitudes les plus mystérieuses du peuple de France.



(1) Voilà une charmante habitude bien de chez nous et qui ne pose pas le moindre problème aux Français. Vu de l'extérieur, c'est une autre histoire. C'est pour le moins une bizarrerie. Une énigme. Pour l'étranger, le fait de frotter ses joues, à n'importe quel moment, aux joues de n'importe qui, est plus proche des mœurs des Inuits que de celles d'un pays civilisé.

(2) Pour les étrangers, le code social de la bise n'est pas toujours transparent : peut-on faire la bise à n'importe qui ? A la famille, aux amis, d'accord. Mais peut-on aussi faire la bise à un supérieur ? Non, mais lui, il peut. Dès la première fois ? Cela dépend... En réalité, il y a peu de certitudes : on ne fait pas la bise à son dentiste, ni au monsieur avec qui

on a un entretien d'embauche.

(3) La bise peut être même un enjeu diplomatique : Angela Merkel, fine diplomate, n'a jamais refusé la sienne à Nicolas Sarkozy, qui a eu droit également aux bises de Michelle Obama, qui les a visiblement refusées à Silvio Berlusconi. Il paraît que le président français est mieux armé dans ce domaine qui fait partie du patrimoine national.

(4) Vient enfin une question à laquelle les Français eux-mêmes ne savent pas la réponse : combien ? Deux, trois, quatre ? Une synchronisation parfaite s'impose, car, à défaut, l'un des deux reste suspendu dans les airs avec ses lèvres tendues, ce qui est très gênant. Incapables de donner une explication rationnelle, certains avancent des analyses sociologiques. 3 les bourgeois, toujours près de leur bien, seraient des adeptes des deux bises et les ouvriers, plus généreux, des quatre. D'autres invoquent des traditions régionales, mais une règle semble impossible à trouver, probablement parce qu'elle n'existe pas.

d'après 150 idées reçues sur la France, Michel Musolino

Il voulait devenir Immortel



Quel projet ambitieux pour un simple lycéen. Arthur Pauly, 15 ans, a envoyé une lettre à la célèbre Académie française l'automne dernier dans laquelle il avait écrit qu'il voulait devenir membre de l'Académie. Ça alors ! Une véritable surprise pour les membres de cette institution, qu'on appelle les Immortels, dont le plus jeune a plus de 60 ans. Mais ce qu'Arthur a écrit dans la lettre qu'il a adressée aux académiciens n'était pas une blague : « Je regrette que la jeunesse ne soit pas représentée (...), je considère cela comme une grande erreur de votre part. » Sa demande est restée sans résultat, mais le souvenir de son courage, lui, pourrait bien devenir immortel !

d'après Ecoute, avril 2014

Le sort des huîtres



(1) Qu'adoraient manger Cicéron, Casanova, Louis XIV ou encore Maupassant ? Des huîtres ! Rien de plus simple pour les déguster : un zeste de citron et une tranche de pain beurrée. En France, l'ostréiculture – la production d'huîtres – existe depuis le milieu du XIX^{ème} siècle. Depuis, l'huître est présente sur toutes les tables françaises, principalement en période de fêtes de fin d'année. Pourtant, elle est en danger. Si rien ne change, les ostréiculteurs se retrouveront bientôt sans travail.

(2) Cela fait 20 ans qu'en Europe, comme partout dans le monde, l'huître connaît une forte mortalité. En France par exemple, depuis quatre ans, elle est victime d'une maladie mystérieuse qui évolue très vite et tue entre 80 et 100% des jeunes huîtres. Le virus n'est heureusement pas transmissible à l'homme. Il a bien été identifié, mais on n'a toujours pas trouvé son origine. Il n'y a donc pas de remède pour l'instant... A cette maladie s'ajoutent le changement climatique, la pollution des eaux ainsi que la

grande tempête Xynthia qui a ravagé la côte atlantique en mars 2010. Lors de cette tempête, beaucoup d'installations d'ostréiculteurs ont été détruites.

(3) La principale solution pour repeupler les bassins est de modifier génétiquement l'huître afin de la rendre plus résistante. On appelle cette dernière la « triploïde » ou « huître des quatre saisons », car on peut en acheter à n'importe quel moment de l'année. Une partie de la profession est contre la triploïde car selon elle, l'huître doit naître naturellement dans la mer et non dans un laboratoire. 7, certains producteurs pensent que la triploïde est responsable de la dégénérescence de l'espèce.

(4) Bien que les Français soient les plus grands consommateurs d'huîtres au monde, ils connaissent peu les problèmes de mortalité de l'huître. Alexandre Hervé, producteur et vendeur d'huîtres sur l'île de Noirmoutier (en Vendée) raconte : « Les prix ont explosé en quelques années. Avant, un kilo d'huîtres coûtait quatre euros, maintenant je le vends huit euros, mais je ne fais pas de bénéfice. Pourtant, les clients me traitent presque de voleur. Tout ce qu'ils voient, c'est la hausse des prix. » L'ostréiculteur est pessimiste face à l'avenir. « Je pense sérieusement à arrêter la production d'huîtres car je perds trop d'argent », ajoute-t-il. (5) Pour surmonter cette crise, beaucoup d'ostréiculteurs doivent diversifier leurs activités. Certains se

lancent ainsi dans le poisson et les
fruits de mer, tandis que d'autres se
75 tournent vers une activité plus touris-
tique. C'est le cas de Marion Eude à
Sarzeau, dans le Morbihan. La jeune
femme propose de découvrir l'univers
de l'ostréiculture. Cet été, elle a ainsi
accueilli près de 300 visiteurs. Au
80 programme : visite des bassins,
présentation de son métier, initiation

à la pêche et dégustation. L'affaire
fonctionne. Mais le cas de Marion
Eude est une exception. « En quel-
85 ques années, sur seize collègues
ostréiculteurs de Noirmoutier, cinq
ont fait faillite », s'inquiète Alexandre
Hervé. Si la situation ne s'améliore
pas d'ici peu, l'huître risque de dispa-
90 raître définitivement des assiettes.

d'après Ecoute, avril 2012

L'art de la table perdu

(1) La France a appris à manger aux Américains. L'enseignement portait sur l'art de vivre et plus particulièrement sur l'art de la table. L'idée que manger ne servait pas seulement à s'alimenter fut la leçon numéro un. Les mystères de la gastronomie avaient été révélés aux Américains expatriés ou de passage au tournant du XXème siècle et les Américains revinrent après la Seconde Guerre mondiale pour voir si rien n'avait changé.

(2) Mais la France sait aussi décevoir les Américains. Adam Gopnik fut l'un des premiers déçus. « La cuisine française est-elle en crise ? » se demandait-il en 1997 dans son magazine, *The New Yorker*. La question était rhétorique. « La muse de la cuisine » avait, selon lui, abandonné la France et « migré de l'autre côté de l'Atlantique, pour s'installer en Californie et faire de temps à autre de petites incursions à New York, voire en Grande-Bretagne. » En 2003, *The New York Times Magazine* annonçait une nouvelle stupéfiante : « C'est Barcelone et non Paris qui est désormais la capitale européenne de l'avant-garde, ne serait-ce qu'en raison de sa cuisine totalement expérimentale. » Et d'ajouter : « Quelque chose s'est passée en France, ils sont en difficultés. »

(3) L'excellent critique gastronomique américain Michael Steinberger craint à son tour que la haute cuisine française ne soit sur le déclin. Si la cuisine française s'est laissée dis-



tancer, c'est surtout parce qu'elle n'a pas su innover. La gastronomie française, qui occupait autrefois la première place mondiale, est aujourd'hui détrônée par la cuisine d'autres pays. Les nouvelles saveurs, les nouvelles alliances et les nouvelles présentations viennent d'Espagne, du Japon, des Etats-Unis et des restaurants britanniques. Selon Steinberger, si la cuisine française s'est laissée distancer, c'est surtout parce que ses chefs n'ont pas prêté attention à ce qui se passait ailleurs dans le monde, ils n'ont pas su innover.

(4) La révolution de la nouvelle cuisine de la fin des années 1960 et du milieu des années 1970 a échoué. Souvent raillée (minuscules tranches de kiwi en guise de garniture, immenses assiettes blanches, additions salées), la nouvelle cuisine fut, de l'avis de Steinberger, une

tentative sérieuse de détrôner la haute cuisine française. Celle-ci était devenue au fil du temps une pratique tenue à des règles rigides, reposant
70 sur des sauces lourdes et des océans de crème et de beurre. Les chefs de la nouvelle cuisine voulaient faire simple, plus léger, plus frais, plus esthétique, plus sain, plus
75 artistique et plus « naturel » en même temps, plus ouvert aux influences étrangères et en particulier à celle du Japon.

(5) Aujourd'hui, la France est le
80 deuxième marché national de McDonald's en termes de rentabilité. Le grand Satan de la mondialisation alimentaire fait désormais partie

intégrante du tissu social français et,
85 si Steinberger n'aime pas la malbouffe, il trouve trop facile de n'y voir qu'un processus d'américanisation. « Si le hamburger a conquis la France, ce n'est pas en raison d'un
90 complot américain pour pervertir la culture gastronomique française. Cela s'est fait de l'intérieur. » Les Français achètent des Big Mac parce qu'ils aiment ça. Supposé que la
95 cuisine française soit en crise, il faut interpréter cela comme le signe de profonds changements sociaux, politiques et culturels. Ce qui ne va pas dans la grande cuisine française,
100 c'est ce qui ne va pas en France.

*d'après Courrier international,
le 22 décembre 2010*

Un monde en mal de filles



(1) Les démographes les appellent les « femmes manquantes », celles qui auraient dû naître et qui ont été éliminées à cause de leur sexe. En Chine, comme en Inde, elles seraient 60 millions, au Pakistan 5 millions, au Bangladesh 3 millions, en Afghanistan 1 million, à Taïwan 400 000, en Corée du Sud 150 000. Le phénomène touche également le Népal, le Vietnam, l'Azerbaïdjan, la Géorgie et l'Arménie. Au total, environ 150 millions de femmes ne sont pas nées depuis une trentaine d'années, surtout en Asie, et le même nombre d'hommes est menacé de ne pas trouver d'épouse.

(2) La fierté d'avoir un fils est ancienne et partagée par à peu près toutes les cultures. Elle s'accompagne souvent d'une dévalorisation des filles, très ancrée en Asie, où des cas d'infanticide de fillettes ont été rapportés depuis l'Antiquité. Le fils est important pour les rites funéraires, pour l'honneur de la famille, la transmission du patrimoine, la

perpétuation du nom, et pour garantir les vieux jours de ses parents.

(3) Mais le déséquilibre filles-garçons s'est encore creusé ces dernières années. D'abord, l'arrivée des techniques de dépistage prénatal à partir des années 1980 s'est accompagnée d'un recours massif à des avortements de fœtus féminins. Tout comme en Chine, où la politique de l'enfant unique depuis 1979 a amené de nombreuses familles à ne garder que les garçons. En Inde, le décollage économique a fait que, paradoxalement, les filles sont devenues de plus en plus souvent un « fardeau » financier à cause des dots énormes que leurs parents doivent verser. Bien que la dot y soit illégale depuis 1961, elle représente toujours un étalage de statut social et de réussite quand on marie son fils. Pour les hautes castes, les propriétaires terriens et les gros fermiers, qui doivent verser des dots très élevées pour faire de beaux

mariages, les filles sont donc encore
55 moins désirées.

(4) En Chine, les autorités ont officiellement averti que le manque de filles créera de la délinquance, des problèmes familiaux et de
60 société. Un certain nombre d'hommes ne trouvera pas de femme avec qui se marier. Pour contourner le problème, « soit ils se marieront plus tardivement, soit ils chercheront
65 des femmes dans les générations plus jeunes », explique Gilles Pison, directeur de recherches à l'Institut national d'études démographiques (Ined). Toutefois, en Chine comme
70 ailleurs, les filles ont tendance à prolonger leurs études et à différer leur union. Il y aura donc une tension.

(5) On peut aussi imaginer que la proportion d'hommes célibataires augmente. Pour Christophe Guilmoto, chercheur à l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD) et au Centre français sur la
75 population et le développement (Ceped), c'est l'un des scénarios les plus vraisemblables. « Cela risque de s'accompagner d'un développement du marché de la prostitution car en
80 Chine, il y a peu de relations

sexuelles hors mariage », explique le chercheur. Autre évolution possible : les hommes qui ne réussiraient pas à trouver une femme, se sentant
90 laissés pour compte, pourraient être nombreux à s'engager « dans des activités à risque, violentes ou illégales », poursuit ce chercheur.

(6) Christophe Guilmoto pense
95 toutefois qu'un plafond a été atteint. D'autant que, parmi la nouvelle génération de femmes, une minorité, éduquée, ayant des emplois intéressants et une plus grande indépendance, peut à la fois servir d'exemple de réussite féminine en Chine
100 comme en Inde, mais aussi refuser la pression familiale qui les contraint à sacrifier leurs propres filles.

(7) Quand la société aura pleinement pris conscience des dommages sociaux occasionnés par le déficit en femmes, on peut espérer qu'il naisse autant de filles que de garçons.

110 **21**, l'Inde et la Chine ne pourront jamais combler cette classe creuse, cette génération marquée par trente ans de sélection des naissances. D'ores et déjà, entre 28 et 32 millions
115 d'hommes en Inde, et autant en Chine, ne pourront jamais se marier.

*d'après Les Dossiers de
l'Actualité, avril 2010*

Parlez-vous « arabish » ?

(1) *Sabah al-khayr* (« Bonjour ») s'écrit « 9aba7 215air ». C'est dans ce langage codé que des milliers de jeunes Arabes transmettent parfois leurs messages et mots d'ordre via leurs téléphones portables, blogs et autres réseaux sociaux. Baptisée « arabish », ou « franco-arabe », si l'on est francophone, cette écriture est composée d'une suite de lettres latines et de chiffres. Elle a été créée spontanément par la génération numérique et s'est révélée très efficace pour déjouer la surveillance policière. A la source de ce phénomène : la majorité des téléphones portables et des ordinateurs utilisent l'alphabet latin. Des sites comme Facebook ou Twitter ne reconnaissent que depuis peu les caractères arabes.

(2) Ce langage doit aussi son succès à son adaptation à la conversation écrite. Pour Roula, une Libanaise de 32 ans qui maîtrise aussi bien l'arabe que le français, « il permet de chatter comme on parle, d'exprimer ses

émotions par des exclamations qu'on ne peut pas transcrire en arabe classique ». **23** l'arabish (contraction d'« arabe » et d'« english ») ne s'emploie que pour de courts messages – quelques phrases au maximum –, les textes plus développés étant rédigés en arabe, en français ou en anglais.

(3) On peut aussi voir dans ce langage chiffré un symbole de résistance, l'arabe traditionnel étant assimilé à la langue du pouvoir. L'arabish devient ainsi le dialecte social d'une génération partageant un horizon globalisé et la volonté de s'émanciper des codes traditionnels.

(4) Prompts à repérer ce qui est « tendance », les publicitaires emploient de plus en plus cette écriture pour cibler la jeunesse. Récemment, la compagnie de téléphone saoudienne Mobily a lancé une campagne pour une ligne prépayée appelée « 7ala » (pour *hala*, « être agréable au goût, sucré, doux »).

*d'après Jeune Afrique,
le 13 mars 2011*

Tekst 7

Polo Lacoste, nom de code : L.12.12



(1) A l'âge de 81 ans, la marque Lacoste se porte bien. Avec ses boutiques implantées dans plus de 110 pays, elle est aujourd'hui une véritable légende. Tout commence en 1927 à Philadelphie lors de la coupe Davis, la plus prestigieuse compétition internationale de tennis. (.....)

10 (2) Sur les courts de tennis, ses chemisettes font sensation, au point qu'en 1933, René Lacoste charge un ami bonnetier à Troyes d'en fabriquer davantage et de les commercialiser.
15 Ainsi naît le polo Lacoste, au nom de

code « L.12.12 ». Il est plus adapté à la pratique du sport que les lourdes chemises à manches longues en usage jusqu'alors. Son tissu, souple et aéré, absorbe la sueur mais laisse respirer la peau. D'abord destiné aux joueurs de tennis, de golf ainsi qu'aux amateurs de voile, le L.12.12 est ensuite adopté par la jet-set. Le 25 président Eisenhower, Jackie Kennedy ou encore le roi d'Espagne Juan Carlos se feront souvent photographier habillés du fameux polo. (3) Retraité du tennis à 25 ans pour 30 raisons de santé, René Lacoste poursuit sa carrière d'homme d'affaires. En 1963, il invente la raquette de tennis en acier. Cinq ans plus tard, il lance sa première eau de toilette. 35 Suivront les lunettes, les chaussures et même les bateaux Lacoste. Ses inventions répondent cependant toujours aux mêmes mots d'ordre : confort et élégance, décontraction et 40 excellence. Pour autant, le polo L.12.12 reste l'icône de la marque.

d'après Ecoute, mars 2014

Quel avenir pour le bac ?



(1) « Passe ton bac d'abord ! » C'est le titre d'un film de Maurice Pialat, mais c'est surtout une phrase répétée par des milliers de parents à leurs enfants. Le baccalauréat – ou bac – est un diplôme d'Etat à forte valeur symbolique, un véritable rite de passage à l'âge adulte. Après environ 15 ans passés sur les bancs de l'école, les élèves, une fois le bac en poche, peuvent accéder aux études supérieures. Cela dit, le diplôme, créé par Napoléon 1^{er} en 1808, n'est plus aussi prestigieux qu'avant. Son fonctionnement et même son utilité sont mis en cause par le gouvernement et une partie du corps enseignant. Alors, quel avenir pour le bac ? Se dirige-t-on vers une réforme de l'examen, voire même son abandon ?

(2) Il existe trois types de baccalauréats : le général, le technologique et le professionnel. Toutes branches confondues, le taux de réussite au bac est passé de 3% en 1945 à

86,8% en 2013. Préparer le baccalauréat nécessite de longs mois de travail pour tous les élèves en classe de terminale. Ces derniers devront en effet affronter des épreuves écrites, orales et des travaux pratiques. Et chaque année, l'approche des examens provoque les mêmes symptômes : stress chez les lycéens, angoisse chez leurs parents, dossiers spéciaux consacrés au sujet dans les médias... Bref, le bac est omniprésent !

(3) En France, on est très attaché à l'idée d'un examen terminal anonyme. On pense que c'est une garantie de scientificité et d'égalité. 32 la liste des critiques formulées à l'encontre du bac est longue. Tout d'abord, on lui reproche de ne plus être assez exigeant, autrement dit, d'être trop facile à obtenir. « Le bac est une mascarade qui ne garantit plus aucune compétence ou savoir réel », explique Vincent Peillon, professeur agrégé enseignant en

classe préparatoire littéraire et économique. Et d'ajouter : « Il est
55 tellement dévalué et mensonger qu'il trompe élèves et parents ! »

(4) De plus, les futurs étudiants sont le plus souvent recrutés par les universités et grandes écoles avant que
60 les épreuves du bac n'aient eu lieu. Dès le mois de mars, les établissements de l'enseignement supérieur examinent les résultats scolaires des candidats, puis décident de les
65 admettre ou non. On lui reproche aussi son coût : plus de 100 millions d'euros par session. Enfin, le bac pousse les élèves à accumuler un maximum de connaissances en un
70 temps limité – voire record pour certains d'entre eux ! Cette technique, que l'on appelle le « bacho-

tage », n'est d'ailleurs pas jugée efficace par les experts en
75 pédagogie.

(5) Afin de remédier au problème, le ministère de l'Education nationale mène depuis quatre ans une grande réforme des lycées d'enseignement
80 général et technologique. Pour le baccalauréat, on parle d'alléger le programme à étudier, mais aussi de remplacer certaines épreuves par le contrôle continu. Lors d'une visite
85 dans un lycée de la banlieue parisienne l'année dernière, Vincent Peillon a confirmé cette volonté de réviser le concept napoléonien : « Le bac mobilise beaucoup d'énergie et
90 joue contre le temps scolaire. On aura à le faire évoluer, il n'est pas gravé dans le marbre. »

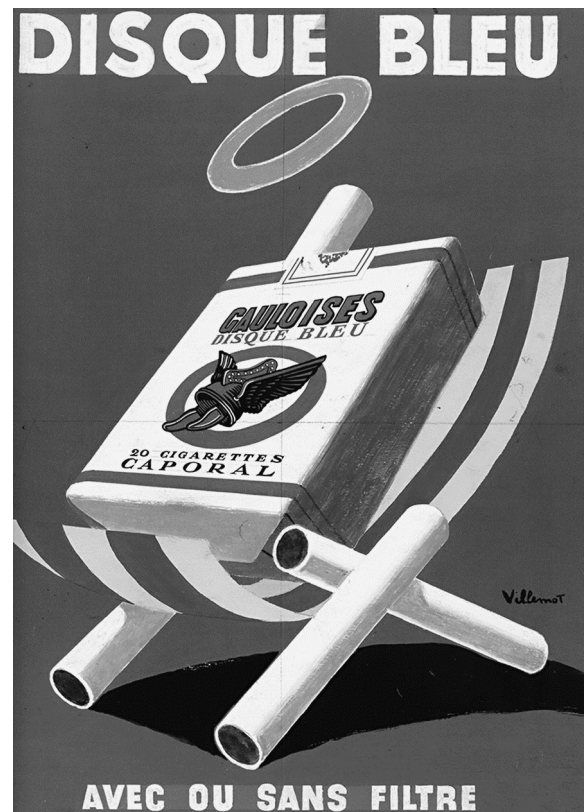
d'après Ecoute, juin 2014

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 dominent 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. Au près des fumeurs en tout cas.

d'après Ecoute, novembre 2013

Un salon de beauté extraordinaire



(1) Ce sont souvent de jeunes mères ou des victimes de violences conjugales. Elles sont au chômage, essaient de joindre les deux bouts, de trouver un logement ou un salaire fixe. Elles, ce sont les clientes du salon de beauté Joséphine, dans le 18ème arrondissement de Paris. Un salon social, où les femmes en situation de précarité peuvent, pour trois euros seulement, se faire dorloter de la tête aux pieds. C'est un refuge au cœur de la Goutte d'Or, le quartier le plus pauvre et multi-ethnique de Paris. Il faut s'y prendre deux mois à l'avance pour obtenir un rendez-vous dans ce centre de beauté.

(2) « L'idée m'est venue il y a plusieurs années », déclare Lucia Iraci, qui a incité le projet. Elle possède un autre salon de beauté parmi les plus luxueux de Paris, à Saint-Germain-des-Prés. « Je voulais réaliser ce projet pour donner une dimension 40 à mon travail. » Lucia est née à Canicatti, en Sicile, elle est arrivée à Paris à l'âge de 16 ans seulement. Elle a commencé par donner de son temps à des associations d'aide aux femmes, où elle les coiffait, les

maquillait et leur donnait des conseils. Puis elle a ouvert son salon de beauté à Saint-Germain-des-Prés. « En 2006, j'ai décidé de mettre à disposition des locaux de mon salon de beauté les jours de fermeture. Tous les lundis, les clientes en situation difficile s'y présentaient et je leur offrais mes services. Mais je continuais à me dire que ce n'était pas suffisant. Les soins de beauté, c'est un droit, on l'oublie souvent. » Et finalement, l'hiver dernier, quelques partenaires, dont l'Oréal, Meetic et Maybelline, permettent à Lucia Iraci d'ouvrir les portes d'un salon de beauté extraordinaire, un institut vraiment solidaire. Le salon Joséphine est né.

(3) « Il s'agit de redonner confiance à toutes les femmes et de les aider à retrouver leur dignité. Quelle est la première chose que nous faisons le matin ? On se lave, on se maquille ; ce n'est pas un hasard. Ces femmes n'ont souvent pas les moyens d'aller chez le coiffeur, et encore moins dans un institut de beauté. Nous leur rappelons ainsi qu'elles sont importantes et qu'elles méritent d'être belles. Si j'ai tenu à ce que

chaque cliente paie la somme symbolique de trois euros, c'est parce
65 que je ne veux pas qu'elles se sentent redevables¹⁾ envers qui que ce soit : elles viennent et paient nos services, même très peu cher. C'est le geste qui compte. »

70 **(4)** Depuis son ouverture, les résultats du salon de beauté Joséphine ont dépassé toutes les attentes. La structure, imaginée en premier lieu pour un projet de taille modeste, fait
75 de son mieux pour répondre à toutes les demandes. Le salon Joséphine ne compte que trois salariés : la

coordinatrice, une coiffeuse et une esthéticienne. Et puis, il y a une
80 cinquantaine de bénévoles. « Depuis le début », ajoute Lucia, « l'idée était de ne pas se limiter à Paris. Il y a quelques mois, nous avons ouvert un salon à Tours, dans le centre de la
85 France, également grâce au soutien de la Région. On espère ensuite continuer en banlieue parisienne. » Enfin, son carnet de rendez-vous parle pour elle, tout comme la longue
90 liste d'attente et les messages des clientes qui la remercient pour les soins et l'attention qu'elles ont reçus.

*d'après Courrier international,
le 1er août 2012*

noot 1 redevable = schuldig

Macarons



L'une des pâtisseries françaises les plus célèbres, c'est le macaron. C'est un gâteau sec à base de pâte d'amandes, de blanc d'œuf et de sucre. Un macaron est croquant et fondant, et il a un cœur délicieusement tendre.

On fabrique des macarons un peu partout en France. Pour faire des macarons, les ingrédients principaux restent toujours les mêmes. Mais il est plus délicat de dire à quoi il ressemble. Chaque région a sa particularité. Par exemple, à Amiens, c'est une petite galette épaisse ; le macaron de Montmorillon, dans le sud-ouest, ressemble à une petite quiche ; dans le Pays basque, il est rond et lisse...

Le macaron dit « parisien » est le plus surprenant : il est composé de deux coques bombées entre lesquelles est fourrée une « ganache ». Il a l'air très chic, mais c'est surtout sa couleur éclatante qui est fascinante : vert pistache, chocolat, jaune citron, rouge cerise et bien d'autres...

Les macarons sont très populaires aujourd'hui, ils ont leur fête le 20 mars, jour du printemps, et un bijoutier parisien s'est même inspiré de ces délicieuses délicatesses pour créer une collection de bijoux.

d'après Clés pour la France en 80 icônes culturelles

Retour sur terre...

Nans Thomas, 18 ans, voulait rendre un hommage à sa ville de Nancy en la filmant de haut, grâce à un drone équipé d'une caméra. Ce n'était pas une bonne idée. Qu'on se le dise, depuis 2012, un décret réglemente l'usage de ces engins volants : il est notamment interdit de les faire voler au-dessus d'une foule. On imagine en effet les dégâts en cas de crash ! Convoqué au tribunal, notre cinéaste amateur risque une belle amende. Mais le maire de Nancy, emballé par la campagne de pub gratuite pour sa ville (la vidéo du vol, bien réalisée, a été un grand succès sur YouTube), lui aurait offert un job ! Prudent, le jeune homme a refusé. Il fuit également les médias, et prépare son bac. Un vrai retour sur terre, en quelque sorte...

d'après Science et Vie Junior, mai 2014