



ConsoLoges

Le journal de la consommation du Lycée du Parc des Loges

Année 2011

Novembre/ Décembre



Synthèses réalisées en novembre 2011 par les élèves du groupe 6 (2³ et 2⁴) de PFEG (Principes Fondamentaux de l'Economie et de la Gestion)

Page 1 : Le Bio et les jeunes,

Page 2 : Jeux vidéo et consommateurs,

Page 2 : Le Low Cost

Page 3 : les produits Hard discount,

Page 4 : Le recyclage.

Le bio & les jeunes.

Pour commencer, il faudrait que vous sachiez ce qu'est le BIO, plus précisément l'agriculture biologique.

L'agriculture biologique se définit comme un mode de production agricole exempt de produits chimiques de synthèse et d'OGM. C'est aussi et surtout un mode de production durable et respectueux des hommes et de leur environnement. Pour cela, il s'appuie sur une approche globale de l'exploitation et de son milieu, aussi bien dans ses composantes technico-économiques que sociales, environnementales ou historiques.

Revenons maintenant à notre sujet. Tout d'abord, les aliments BIO ne sont pas très

appréciés ni consommés par la jeune société de nos jours. Pourtant, malgré leurs coûts élevés et leurs faibles accessibilités, le BIO devrait être plus présent dans notre régime alimentaire.

Les produits BIO sont des produits de qualités, ils sont naturels, et ils sont plus goûteux. En effet, les légumes contiennent des minéraux et des micro nutriments qui sont essentiels pour notre organisme.

La nourriture BIO est tout de même bonne pour la santé mais ce serait mentir de dire que cela est un moyen d'attirer les jeunes car eux, ne se soucient pas vraiment de leur santé.

Le BIO devrait être plus présent dans notre régime alimentaire.



C'est en conséquence du réchauffement climatique, que le BIO et son agriculture se sont répandus en France et partout dans le monde. Il est apprécié des personnes âgées et des parents qui deviennent

**OUBLIEZ LES FAST-FOOD !
POUR VOTRE
SANTÉ ET LA PLANÈTE,
MANGEZ BIO !**

de plus en plus soucieux de l'équilibre alimentaire de leurs enfants et du respect de la planète.

En résumé, les jeunes de nos jours préfèrent manger dans des fast-foods (par exemple KFC, Mc Do ...) plutôt que de manger des produits BIO qui sont plus sains pour l'organisme. Néanmoins ce sont leurs parents qui essaieront de convaincre leurs enfants de manger ce genre de produits.

Rédactrices :

PHIMPHRACHANH Mélanie,
SAMSON Ornella,
DINH Suzanne, MEHIRI Imen.



Jeux vidéos et consommateurs

Les jeux vidéo sont des produits qui se sont développés et intégrés dans la liste des produits qui se sont les plus vendus au monde. Ils se sont développés grâce à nous les consommateurs. Des plus jeunes au plus vieux tout le monde s'y est mis.

Les Ados.

Les ados sont plus concentrés sur les machines de Sony (Ps3) et de Microsoft (Xbox 360) car les jeux vidéo sont plus poussés sur ces consoles que sur celle de Nintendo qui ont des graphismes un peu «vieillots ».

Pour certains ados, les jeux vidéo sont un divertissement après les cours ou une grande passion.

Les jeux les plus consommés sont les jeux de guerre tels que la série Call Of Duty et Battlefield et les jeux de foot comme FIFA et Pro Evolution Soccer.

La moyenne de durée de jeu n'est pas si importante que cela : 2h45 en moyenne par semaine !

Les Adultes et les Séniors.

Pour les Adultes, c'est une autre chose. Les jeux vidéo pour un adulte c'est pour faire passer le stress ou pour passer du temps avec leur famille.

Donc ils vont opter pour les machines de Nintendo comme la Wii et sa console portable la DS. Les jeux les plus consommés sont wii sport et wii fit.



Et les séniors, eux aussi, sont attirés par la Wii. Car dans les maisons de retraite ou même dans chez eux, ils utilisent la Wii pour améliorer leurs articulations, par exemple.

Sources :

http://www.afjv.com/press0606/060613_dossier_etude_jeux_video.htm

lacteurs :

Clément, Maël, Bruno et Ydrisse



Le low cost

Le low cost est un concept économique et marketing basé sur la pratique de prix plus bas que la moyenne du marché.

Le concept du « low cost » est surtout utilisé dans le domaine des services (hôtellerie, transport aérien, location de voiture), il s'agit un peu du hard discount des services.

Comment peut-on expliquer le succès du Low Cost ?

Les premiers succès « low cost » doivent tout à internet. Ainsi, c'est en vendant des billets d'avions sur le web qu'Easy Jet a connu son succès.

Les Vols low cost

Actuellement, les compagnies low cost qui desservent la France, deviennent de plus en plus nombreuses et attirent beaucoup de clients.

Les compagnies low cost sont en fait des transporteurs aériens qui proposent des vols à bas prix en réduisant les charges fixes superficielles qui gonflent le prix du billet d'avion.



C'est vers la moitié des années 80 que les premières compagnies low cost telles Easy Jet et Ryanair, sont créées en Europe. L'idée est née lorsqu'on a constaté que les coûts des vols reliant des villes éloignées sont exorbitants.

Ces compagnies low cost ont réduits leurs dépenses en étudiant les besoins réels des voyageurs. Les responsables ont supprimé les charges inutiles : billets, cartes d'embarquement, petites collations, boissons. Les suppléments de bagages et les repas ne sont plus gratuits.

Les voitures Low cost



La voiture low cost est une voiture à bas prix avec un prix d'achat ne

dépassant pas les 10 000 euros. L'automobile low cost est un véhicule familial, de moyenne gamme, flambant neuf.

Son bas prix ne provient pas d'un défaut d'équipement ou de sécurité mais de son lieu de fabrication, où la main d'œuvre

*Marche de projet
nt l'enseignement
le.
és ici reprennent
au thème 11 –
ortements du*

coûte moins chère. Le succès en 2004 de la Logan de Dacia a motivé d'autres grands constructeurs automobiles tels que Toyota ou Volkswagen à exploiter la nouvelle tendance low cost.

Le véhicule low cost devient plus populaire que la voiture d'occasion. Son prix relativement faible s'explique par :

- Un coût de main d'œuvre faible
- Des coûts de production limités
- La reprise d'éléments appartenant à d'autres voitures
- Des accessoires conçus avec des matériaux moins onéreux.

Rédactrices :

Oulimata, Fatou, Cladice et Laïla



UFC-Que Choisir Val d'Orge

Maison des Associations
62 RUE DE LA NOUE ROUSSEAU
91240 ST MICHEL SUR ORGE
Tél: 01 69 25 08 13 / Fax:

<http://www.quechoisir.org/unlitige/91-essonne/al911-ufc-quechoisir-val-d-orge>

Permanences sur rendez-vous
mercredi de 14h à 17h,
jeudi et vendredi de 9h à 12h,
et un samedi sur 2 de 9h à 12h.



Hard discount

(maxi-discounte)

Forme de commerce qui nous vient d'Allemagne pratiquant les prix les plus bas par le biais d'un aménagement et d'un assortiment réduits, de premiers prix et de marques de distributeurs.

On touche essentiellement au domaine de l'alimentaire.

Quatre enseignes dominent le marché national du hard discount:



Lidl, Leader Price, Ed et Aldi tant en nombre de points de vente qu'en part de marché.

A surface égale, un hypermarché emploie une trentaine de salariés alors qu'un magasin discount en compte six à sept en moyenne.

Tous les hard discounters ont adopté le même concept : de gros volumes, une offre restreinte, un service quasi inexistant en échange de tarifs intéressants pour le client. Offre basique,

coûts serrés et service minimal sont donc devenus des règles de base.

Hard-Discount: Avantages

Les produits de base ou de consommation courante sont vendus à des prix imbattables.

Un des autres avantages du hard discount est que l'on peut faire ses courses en un temps record: 20 minutes en moyenne. Par ailleurs, dans la mesure où l'on n'y trouve que l'essentiel, on ne peut pas être tenté par le superflu!

Les magasins hard-discount sont à proximité.

Le panier moyen d'un hard discount atteint 19€.

Hard-Discount: Inconvénients

Les produits sophistiqués y sont rares et plus chers qu'ailleurs.

Le hard discount suscite certaines réticences chez le consommateur: manque de choix, qualité inégale des produits, services insuffisants...

En outre, certains produits frais comme la viande sont souvent écartés de la liste de courses du client car jugés de qualité insuffisante.

Principaux inconvénients relevés par les clients du hard discount alimentaire :

"Ce n'est pas rangé, c'est fouillis, il n'y a personne dans les rayons pour vous aider".

Rédactrices :

Sarah, Léa, Elodie et Magalie

Directeur de la publication :
Dominique SALABAY, Professeur

Adresse :
Lycée du Parc des Loges,
91012 Evry Cedex

Imprimerie Spéciale



LE REC

Recycler, c'est récupérer des emballages pour en faire de nouveaux produits ou d'autres emballages. Cela permet d'économiser l'énergie et les ressources naturelles utilisées pour leur fabrication.

1) Comment améliorer le recyclage ?

Est-ce possible de recycler 75 % des emballages ménagers à l'horizon 2012 ? « *Oui*, affirme Bernard Herodin, directeur général d'Eco-Emballages, *si le déclaratif devient concret et si le consommateur est volontaire.* » C'est en tout cas dans cette voie que s'est engagée l'association, en partenariat avec l'Ania et l'Ilec, à la suite du Grenelle de l'environnement ; sachant que nous en sommes à 61,3 %. Autres objectifs : réduire les déchets à hauteur de 1 kg/an/habitant et introduire 25 % de matériaux recyclés dans les bouteilles et flacons plastique.

Poursuivre la réduction à la source

Première solution : amplifier le recours à l'éco-conception. Deux autres axes majeurs sont mis en avant : optimiser le dispositif de collecte sélective et sensibiliser les trieurs potentiels. Et, pour inciter les Français à consommer mieux, il faut agir et informer sur le lieu même de

consommation. D'où le rôle clé de la distribution. Premier pas, la promotion des sacs réutilisables, qui a fait passer de 10 à 2 milliards le nombre de sacs plastique. Mais il existe d'autres possibilités, en associant marques et distributeurs à une communication environnementale. « *Sensibiliser les clients à l'enjeu du recyclage via des informations en magasins ou des opérations de communication s'inscrit dans notre démarche* », approuve Hubert Hémard, directeur

1970, le ruban de Möbius est le
riversel des matériaux recyclables
: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Recyclage>

développement durable Monoprix. Et de nombreux partenariats se développent, permettant d'afficher son engagement et d'inciter au tri sur les packagings, comme les encarts sur 6 millions de briques de jus de fruit Réa ou encore BN qui affiche un message pédagogique destiné aux enfants.

Sources :

<http://www.pointsdevente.fr/comment-ameliorer-le-recyclage-art56267-29.html>

2) Que deviennent les déchets recyclés ?

Triés à la maison puis dans un centre de tri, les déchets sont ensuite dirigés vers les usines de recyclage.

Journaux, magazines : deviennent de nouveaux journaux et magazines.

Cartons : les produits sont recyclés en carton ou en sac de papier.

Briques alimentaires : les produits transformés deviennent des rouleaux de ouate ou encore du sopalin.

Verre : les bouteilles sont ensuite remises sur le marché.

Acier : les produits transformés peuvent être des outils.

Aluminium : les produits transformés peuvent être des radiateurs par exemple.

Bouteilles et flacons en plastique : les produits transformés sont des vêtements par exemple.

Sources : <http://www.ecoemballages.fr/>

lacteurs

Clara, Cristina, Clémence, Théo et
Stéphane

