

on a introduit des emballages écologiques pour les remplissants de shampoing et en 1996, ceux pour d'autres produits cosmétiques. En 2009, la direction de l'entreprise est passée au petit-fils du fondateur Bree Rocher. Il continue de respecter l'objectif principal de l'entreprise. La marque travaille également sur l'optimisation des méthodes de transport.

Pour atteindre la qualité idéale, Yves Rocher devient le créateur d'un vaste jardin botanique en Europe. Des milliers de plantes sont cultivées sur 55 hectares. Les spécialistes étudient leurs qualités utiles, leur composition et leur impact sur la peau et introduisent ces élaborations dans les produits Yves Rocher. À ce jour, le patrimoine de l'entreprise compte plus de 50 brevets pour sa propre conception de composants actifs et uniques pour ses produits.

Yves Rocher suit sans réserve le concept de développement écologiquement rationnel à chaque étape de la production de cosmétiques :

- 100 % des produits mousseux ont des formules biodégradables ;
- la compagnie n'utilise pas les espèces végétales inscrites dans le Livre rouge international ;
- elle utilise des plantes spécialement cultivées ou leurs parties qui peuvent être restaurées ;
- elle n'utilise pas dans les formules les produits cosmétiques 1600 ingrédients qui sont dangereux et toxiques pour la santé humaine, et qui nuisent à l'environnement ;
- elle ne procède pas à des tests de ses produits ou de certains composants sur les animaux ;
- l'entreprise réduit le poids des emballages et en utilisant des matériaux recyclés ;
- le logo Triman sur les flacons en plastique, les aérosols et les déodorants, rappelle le tri ;
- le choix des matériaux à recycler réduit de 30 % les émissions de gaz à effet de serre ;
- les centres industriels Yves Rocher ont réduit leurs émissions de CO₂ par produit de 10 %.
- l'entreprise s'occupe de la protection de l'eau, elle a réduit la consommation d'eau de 17 %.

Aujourd'hui, les produits de la marque sont utilisés par les habitants de 80 pays, sont vendus dans 4 000 points de vente dans le monde, les ventes en ligne sont aussi actives. Le design exclusif des emballages ne cesse pas de surprendre et donne la joie et le plaisir à leurs propriétaires.

Références

1. Beauty-индустрия движется в сторону устойчивого развития: веб-сайт. URL: <https://cosmetic-industry.com/beauty-industriya-dvizhetsya-v-storonu-ustojchivogo-razvitiya.html> (дата звернення: 28.10.2020).

2. Не кращі у світі, а кращі для світу. Досвід Yves Rocher : веб-сайт. URL: <https://responsiblefuture.com.ua/beauty-brands-sustainable-development/> (дата звернення: 6.11.2020).

Superviseure scientifique: *Vynogradova M.S., maître-assistant du département de langues étrangères, Université d'État agrotechnologique de Tavria de Dmytro Motornyi*

CERISE “BIGARREAU MÉLITOPOLIEN” COMME LA MARQUE DE LA PLUS HAUTE QUALITÉ

Tsvietkova H.O., *anchinaclervb@gmail.com*

Université d'État agrotechnologique de Tavria de Dmytro Motornyi

"Indications géographiques en Ukraine" est un projet financé par l'Union européenne et mis en œuvre au cours de la période 2017-2020. Le projet vise à aider l'Ukraine à mettre au point un système de désignation des marchandises dont les propriétés et la réputation sont principalement déterminées par le lieu d'origine.

La cerise “le bigarreau Méliopolien”, la première baie ukrainienne, a reçu officiellement le titre de marque géographique. L'initiative de création d'une marque de cerises Méliopolienne appartient à l'Association des producteurs locaux qui a demandé l'enregistrement de l'indication géographique de la baie. Ce nom géographique d'une nouvelle marque de cerises a été enregistré au

Ministère du Développement économique de l'Ukraine. On cultive le bigarreau Méliopolien autour de Méliopol des deux côtés du fleuve la Molochna. [1]

Bien avant la création de la marque, la cerise Méliopolienne était en demande sur le marché mondial. Elle était exportée dans de nombreux pays, notamment en France, où, en l'absence des réfrigérateurs, les baies étaient livrées en fûts avec une solution spéciale. Pendant longtemps à Paris, il y avait même un magasin spécialisé vendant des cerises de Méliopol. [2]

Plus de 150 variétés de cerises ont été sélectionnées à Méliopol.

«La cerise “le bigarreau Méliopolien” est un produit de classe élite, dont les fruits sont récoltés à la main. Les baies sont caractérisées par un arôme et un goût riches, une teneur équilibrée en sucre et en acide, ainsi que par d'excellentes propriétés commerciales», soulignent les spécialistes du Portail du Complexe agro-industriel de l'Ukraine.

La baie unique d'une fermeté, d'une saveur et d'un goût incomparable, le bigarreau Méliopolien est unique par sa méthode de culture.

- Les arbres poussent dans un sol noir fertile sous une couche de sable de 0,5 à 1,5 m.

- Ils absorbent les nutriments riches du sol qui sont en abondance à côté de Méliopol que dans d'autres régions.

- Les propriétés gustatives se forment sans arrosage ni engrais. [3]

Plusieurs autres facteurs ont joué son rôle dans la création d'une marque de cerises “le bigarreau Méliopolien” qui pousse dans le district de Méliopol:

- Exportation économiquement rentable d'un produit unique vers les marchés mondiaux (européens et asiatiques);

- Intérêt scientifique aux propriétés inhabituelles des baies cultivées à Méliopol;

- Création de conditions minimales pour le «plagiat d'agriculteurs» sur les marchés nationaux et étrangers;

- Développement des cultures économiquement durables dans la zone agricole avec les risques climatiques.

Désormais, ayant un avantage parmi les fournisseurs de baies d'autres régions ukrainiennes, les agriculteurs de Méliopol pourront veiller à la qualité du produit parce que les producteurs sont obligés de respecter des normes clairement définies pour la culture, la récolte, le transport et le refroidissement etc.

Références

1. "Мелітопольська черешня" офіційно стала українським географічним брендом: веб-сайт. URL: <http://www.proagro.com.ua/news/ukr/37158.html> (дата звернення: 12.10.2020).

2. Мелітопольська черешня: бренд города, народная кормилица и просто райское наслаждение: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-regions/2357038-melitopolskaa-ceresna-brend-goroda-narodnaa-kormilica-i-prosto-rajskoe-naslazdenie.html> (дата звернення: 12.10.2020).

3. Мелітопольська черешня стала міжнародним брендом: веб-сайт. URL: https://www.inform.zp.ua/2020/09/16/102129_melitopolskaya-chereshnya-stala-mezhdunarodnym-brendom/ (дата звернення: 16.10.2020).

Superviseure scientifique: *Vynogradova M.S., maître-assistant du département de langues étrangères, Université d'État agrotechnologique de Tavria de Dmytro Motorny*

ANALYSE DU MARCHÉ DU SOJA EN UKRAINE ET PERSPECTIVES DE SON DÉVELOPPEMENT

Vovk I.V., vovk.irina991@gmail.com

Université d'État agrotechnologique de Tavria de Dmytro Motorny

Le soja représente plus de la moitié de la production mondiale de graines oléagineuses. Cette