

RAPPEL 2

L'exercice de résumé de texte sera effectué sur un texte que les candidats découvriront le jour de l'épreuve. Ce texte sera le même pour tous les candidats et n'aura pas de lien avec la production du texte argumentatif qui suivra.

Le texte argumentatif à produire sera à mettre en lien avec une des deux citations **ou** un des deux textes proposés ci-dessous. En effet, le jour de l'épreuve, une de ces citations et un de ces textes seront soumis aux candidats, lesquels devront choisir la citation **ou** le texte pour développer un avis personnel argumenté en lien avec la problématique traitée.

Le jour de l'épreuve, les candidats seront autorisés à utiliser un correcteur orthographique (papier) ainsi qu'un dictionnaire de traduction.
Aucun autre ouvrage de référence ne sera autorisé.

Pour chacune des productions écrites, les candidats recevront une grille d'évaluation qui détaillera les critères d'évaluation.

Citation 1 :

Rien n'est plus dangereux qu'une idée quand on n'a qu'une idée.

Alain

Citation 2 :

Un gagnant est un fabricant de perdants. Il faut donc rebâtir une société humaine où la compétition sera éliminée : je n'ai pas à être plus fort que l'autre, j'ai à être plus fort que moi grâce à l'autre.

Albert Jacquard

Texte 1 : CE QUI EST GRATUIT N'A-T-IL PAS DE VALEUR ?

Depuis que la gratuité sur le réseau De Lijn a été supprimée pour les plus de 65 ans, ces derniers sont plus nombreux à prendre le bus et plus souvent qu'avant. Logique ?

On aurait pu dire qu'ils allaient être moins nombreux à se déplacer en bus et en tram depuis qu'ils doivent payer 51 euros par an au lieu de 0... Eh, bien non! C'est tout l'inverse qui se produit depuis le 1^{er} septembre 2015. En Flandre en tout cas.

C'est du moins ce qu'il ressort d'un décompte effectué à la demande du ministre flamand de la mobilité Ben Weyts (N-VA). D'après ce recensement, 335 721 seniors avaient acheté un abonnement à tarif réduit au 1^{er} janvier dernier. Sur ce total, 278 650 l'ont effectivement utilisé au moins une fois. En l'espace de cinq mois, ce segment représente 1,6 millions de voyages ; soit une moyenne de 8 trajets par mois et par personne.

« Du temps où cet abonnement était gratuit, seuls 258 000 seniors utilisaient l'abonnement gratuit au moins une fois par mois. La moyenne actuelle est clairement au-dessus de celle d'avant », précise le porte-parole de la société flamande de transports en commun De Lijn.

« Cela prouve que celui qui paye un prix raisonnable pour un abonnement estime aussi qu'il a une certaine valeur et va donc davantage l'utiliser, déclare de son côté Ben Weyts. La suppression de la gratuité est une excellente affaire, d'autant plus que les recettes supplémentaires générées sont réinjectées dans le réseau ; et donc, en faveur d'une meilleure offre de transport. » [...]

Ce qui est gratuit a-t-il moins de valeur que ce qui est payant ? Dans l'absolu, c'est une évidence : 0 vaut moins que 1. Mais accordons-nous moins d'importance à un ticket gratuit qu'à un ticket que nous avons payé de notre poche ? Apparemment oui, d'après des spécialistes de la consommation. [...]

DE BOECK Ph., « Ce qui est gratuit n'a-t-il pas de valeur ? », in *Le Soir*, 3 mars 2016, p. 19.

Texte 2 : LA PROPRETÉ NOUS POUSSE À MIEUX AGIR



Dans un espace propre, nous pensons que nos pareils respectent les normes sociales. Nous nous comportons alors de manière honnête dans une multitude de domaines – y compris ceux n'ayant aucun rapport avec la propreté.

Depuis quelques années, la propreté est devenue une question centrale des politiques urbaines. Nettoyer les déjections canines ou les traces d'urine, effacer les graffitis, collecter les ordures et les encombrants, et bien sûr ramasser les sacs plastiques, bouteilles et mégots laissés par les riverains : la tâche est immense, d'autant plus que les pratiques évoluent. Les espaces verts sont de plus en plus fréquentés, les gens pique-niquent à toute heure, les ménages consomment davantage et donc produisent plus de déchets. Dans le même temps, le niveau d'exigence des citoyens augmente. De plus en plus, ils veulent une ville propre, débarrassée de ses poubelles et qui ne sente pas mauvais.

Pour toutes ces raisons, il paraît évident qu'investir dans la propreté des espaces publics est nécessaire. Mais l'enjeu principal pourrait être ailleurs: vivre dans un espace propre a un impact positif sur les comportements, et amorce un cercle vertueux qui conduit l'ensemble des citoyens à mieux respecter les normes sociales, améliorant le quotidien de chacun. C'est ce que sont venues montrer de nombreuses études de terrain ces dernières années. [...]

Il semblerait donc que, au moment d'adopter un comportement conforme ou non aux normes sociales ou morales, nous observions d'abord autour de nous si d'autres règles sont respectées ou, au contraire, ignorées ou violées. Cela peut aller jusqu'au comportement de vol : dans une de ses expériences, l'équipe néerlandaise a pu montrer que si on laisse dépasser d'une boîte aux lettres une enveloppe contenant un billet de banque apparent, les gens volent plus volontiers le billet si l'endroit autour d'eux est sale et dégradé, que s'il est bien entretenu.

L'enjeu de la propreté dans l'espace public dépasse donc de très loin la question de l'hygiène ou de l'esthétique. Elle est un signal adressé à chacun sur l'état des normes sociales et leur respect par la communauté. Un endroit propre est un endroit respecté par ses habitants. En le sachant, nous avons davantage tendance à le respecter aussi. Le bénéfice lié à un niveau plus élevé de propreté est probablement sous-estimé par les responsables des politiques publiques : il se pourrait bien qu'une dépense modérée pour l'entretien de ses espaces publics évite un coût social bien supérieur.

CHEVALIER C., BAUMARD N., « La propreté nous pousse à mieux agir », in *Cerveau & Psycho*, mai 2018, n° 99, pp. 72-73.

Bon travail de préparation !