

ÉPREUVE EXTERNE COMMUNE

QUALIFICATION | 6TQ-6AQ/7P

# CESS2018

## FRANÇAIS

QUESTIONNAIRE | VENDREDI 15 JUIN

COMPRÉHENSION À LA LECTURE DE TEXTES INFORMATIFS  
ET RÉDACTION D'UNE RÉPONSE SYNTHÉTIQUE À UNE QUESTION



NOM : \_\_\_\_\_

PRÉNOM : \_\_\_\_\_

CLASSE : \_\_\_\_\_

N° D'ORDRE : \_\_\_\_\_



# CONSIGNE GÉNÉRALE

Le portefeuille de documents est consacré au recyclage, aux achats de seconde main et à la mode du vintage.

Dans la première partie de l'épreuve, vous complétez un tableau (question préparatoire).

Dans la seconde partie, vous rédigez une réponse synthétique à la question posée (tâche finale) : « **Le recyclage, les achats de seconde main, le vintage... rencontrent aujourd'hui un large succès. Comment les documents du portefeuille expliquent-ils ce phénomène ?** »

Vous disposez de 150 minutes pour réaliser l'ensemble de ce travail.

Vous pouvez consulter dictionnaires et grammaires.

Il vous est recommandé de prendre connaissance de la grille d'évaluation (p. 14 et 15) avant d'entreprendre la tâche finale.

Soyez également attentif(ve) aux notes de bas de page.

## STRUCTURE DE L'ÉPREUVE

### PARTIE 1

Question préparatoire      Documents 1, 2 et 3

### PARTIE 2

Tâche finale      Documents 1, 2 et 3

---

# PARTIE 1

## DOCUMENTS 1, 2 ET 3

QUESTION PRÉPARATOIRE

/15

Complétez le tableau à la page 5 à partir de votre lecture des documents du portefeuille.

## Pour quelles raisons nos contemporains

**pratiquent-ils  
l'upcycling ?**  
(document 1)

**achètent-ils  
en seconde main ?**  
(document 2)

**apprécient-ils  
le vintage ?**  
(document 3)

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# **PARTIE 2**

## **DOCUMENTS 1, 2 ET 3**

**TÂCHE FINALE**

/85

**Le recyclage, les achats de seconde main, le vintage..  
rencontrent aujourd'hui un large succès. Comment les  
documents du portefeuille expliquent-ils ce phénomène ?**

Vous répondrez à cette question sous la forme d'un texte synthétique destiné à un lecteur qui n'aurait pas eu accès aux textes sources.

Votre texte devra compter entre 250 et 350 mots. Vous en indiquerez le nombre à la page 9.

### **Rappel**

Un texte synthétique implique :

- la sélection complète des informations pertinentes à la question ;
- la reformulation concise et structurée des informations ;
- la mise en réseau des informations sélectionnées (il ne s'agit donc pas d'une succession de résumés) ;
- le respect d'une longueur imposée.

### **ATTENTION**

**Les pages 8, 10 et 12 sont réservées au brouillon.**

**Les pages 9, 11 et 13 sont réservées au texte définitif.**

# BROUILLON

Suite du brouillon p. 10



# BROUILLON

suite

Suite du brouillon p. 12



# BROUILLON

suite



# GRILLE D'ÉVALUATION

## PARTIE 1

### COMPRÉHENSION À LA LECTURE

Question préparatoire

/15

## PARTIE 2

### Attention

Un texte essentiellement composé de copier-coller se voit attribuer la note de 0 en fidélité (1.1.2), en reformulation (1.2.1, 1.2.2, 1.2.3, 1.2.4) et en recevabilité (3.1, 3.2, 3.3) (-42 points).

Un texte qui compte plus de 350 mots se voit attribuer la note de 0 en concision (1.2.4) (-5 points).

Un texte qui compte moins de 250 mots se voit attribuer la note de 0 en pertinence et suffisance des informations sélectionnées (1.1.1) (-15 points).

## COMPRÉHENSION À LA LECTURE ET RÉPONSE SYNTHÉTIQUE À UNE QUESTION

Critères	Indicateurs		Pondération
1. Pertinence  /55	1.1. Sélection des informations*  /20	1.1.1. Les informations sont pertinentes à la question et suffisantes	/15
		1.1.2. Les informations sont fidèles aux textes sources	/5
	1.2. Reformulation  /17	1.2.1. Les informations sont reformulées	/5
		1.2.2. Les informations sont explicitées	/5
		1.2.3. L'énonciation est distanciée	/2
		1.2.4. La formulation est concise	/5
	1.3. Organisation des informations  /18	1.3.1. Le sujet est annoncé	/2
		1.3.2. Les informations sont mises en réseau	/10
		1.3.3. La progression de l'information est cohérente	/6
2. Intelligibilité  /10	2.1. Adéquation de la segmentation		/2
	2.2. Correction des anaphores		/4
	2.3. Adéquation des connexions		/4
3. Recevabilité  /20	3.1. Correction de la syntaxe et de la ponctuation		/8
	3.2. Correction et adéquation du lexique		/4
	3.3. Correction de l'orthographe		/8
<b>Total partie 2</b>			<b>/85</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>			<b>/100</b>

\* Compréhension à la lecture.



**Fédération Wallonie-Bruxelles / Ministère  
Administration générale de l'Enseignement**  
Boulevard du Jardin Botanique, 20-22 – 1000 BRUXELLES  
www.fw-b.be – 0800 20 000  
Impression : EVMprint - info@evmprint.be  
Graphisme : Sophie Jeddi - sophie.jeddi@cfwb.be  
Juin 2018

Le Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles  
Rue Lucien Namèche, 54 – 5000 NAMUR  
0800 19 199  
courrier@mediateurcf.be

Éditeur responsable : Frédéric DELCOR, Secrétaire général

La « Fédération Wallonie-Bruxelles » est l'appellation désignant usuellement la « Communauté française » visée à l'article 2 de la Constitution



## SOMMAIRE

<b>Document 1</b> - Upcycling, un nouveau mode de recyclage.....	3
<b>Document 2</b> - Le marché des articles de « seconde main », une deuxième vie qui rapporte .....	6
<b>Document 3</b> - Le vintage .....	9

Les différents documents relatifs à cette évaluation externe ont été rédigés selon les rectifications orthographiques de 1990 à l'exception des textes ou extraits de textes d'auteurs qui, eux, ont été retranscrits sans aucune modification.

# UPCYCLING, UN NOUVEAU MODE DE RECYCLAGE

---

Gilles BECHET (1)

**L'upcycling ou le « surcyclage » en design et en architecture s'avère indispensable pour freiner le gaspillage.**

Et si le réemploi n'était qu'un juste retour des choses, la période de production débridée que l'on a connue au XX<sup>e</sup> siècle, une parenthèse ? Faire du neuf avec du vieux n'a rien de nouveau. Les plus anciennes traces de patchwork remontent à l'Inde et à l'Égypte antiques. Le voilà de retour dans une collection proposée par la marque d'ameublement belge Marie's Corner. Morceaux de tissus militaires, écossais, de tweed ou pièces de cuir ou de daim sont cousus ensemble pour couvrir chaises, poufs et fauteuils. Les temples romains, quant à eux, ont été construits avec des pierres empruntées à des temples grecs pour ensuite fournir les pierres avec lesquelles ont été bâties les églises romanes.

Aujourd'hui, dans le nouveau bâtiment qu'il a imaginé pour le Conseil de l'Europe, l'architecte et ingénieur belge Philippe Samyn a posé un geste qui marque déjà les esprits. La peau extérieure qui couvre l'audacieuse forme ovoïde du bâtiment est un savant assemblage de trois mille châssis anciens en chêne rassemblés par des brocanteurs des quatre coins de l'Union.

[...]

Chez nous, aujourd'hui, la revalorisation des matériaux dépréciés ou usagés a désormais un nom : l'upcycling. Une tendance en phase avec des préoccupations environnementales et durables, et avec le désir de mettre un frein au gaspillage éhonté de ressources pourtant limitées. À l'écart de l'Occident, là où l'intelligence des mains compense le manque de capacités industrielles, ces pratiques sont une nécessité. Les chaussures assemblées avec des semelles découpées dans des pneus usagés, ou les jouets façonnés à partir de métal découpé dans des

---

(1) Journaliste belge contemporain.

canettes de boisson sont de grands classiques dans les souvenirs ramenés des destinations soleil.

Aux mains des designers, le réemploi va souvent de pair avec le détournement d'un matériau prosaïque vers des objets ou accessoires haut de gamme. Les sacs créés par les frères suisses Markus et Daniel Freitag, découpant bâches de camion et recyclant ceintures de sécurité en guise de bandoulière, sont devenus des musts qui se vendent autour des 150 €.

[...]

Créer, construire avec du matériau de réemploi tient encore pour une large part de l'acte militant. Ce qui est dommage : un objet, un bâtiment devrait pouvoir être considéré pour son esthétique, sa fonctionnalité autant que pour le matériau qui le constitue. Philippe Samyn avoue rêver de construire un bâtiment en matériau de réemploi uniquement. « Si je ne le fais pas, c'est parce qu'on ne me le demande pas. Un projet dépend toujours du maître d'ouvrage. Dans nos pays, le recyclage est toujours considéré comme l'architecture du pauvre. Le riche peut tout se permettre, le réemploi sera rarement le premier choix. »

### **Un potentiel énorme**

Revers de l'engouement pour l'upcycling, certaines matières premières deviennent plus difficiles à trouver. « En quelques années, on a vu la différence. De plus en plus d'entreprises se chargent elles-mêmes de réutiliser le bois des palettes qui intéressent de plus en plus de monde. La crise pousse à faire des économies là où on peut », note Antoine Sion de l'Atelier Michel Dupont. Dans le secteur de la construction, ce n'est pas la quantité du matériau de réemploi qui pose problème, mais plutôt sa disponibilité. À la demande de la Région bruxelloise, l'ASBL Rotor a mis en place une structure facilitant le réemploi des matériaux de construction. « Beaucoup de travail avait été fait sur le recyclage, mais personne ne s'intéressait à un système à grande échelle », remarque Lionel Billiet, responsable de projet. L'étape suivante a été la création du site web Opalis ([www.opalis.be](http://www.opalis.be)), qui rassemble tous les revendeurs professionnels de matériaux de construction de réemploi. Vivace, ce secteur compte une centaine de firmes, PME ou familiales. Ce sont des pratiques qui remontent parfois à plusieurs générations et où l'argument écologique est rarement mis en avant. « Ce sont souvent des gens motivés par la passion pour des pratiques et des matériaux traditionnels : le bois, la pierre, les briques. Avec les constructions plus récentes, on est face à un potentiel énorme quand on voit tous les matériaux détruits alors qu'ils sont potentiellement récupérables. C'est ce qui nous a poussés à mettre en place Rotor Deconstruction, une structure qui nous

permet d'organiser des chantiers de démontage et de remise sur le marché de tous ces matériaux. »

On est au début de quelque chose. Les lignes vont encore bouger. Par nécessité d'abord, mais on peut compter sur les capacités créatives de designers et architectes pour prouver qu'on peut faire du neuf et du beau avec du vieux. On a tout à y gagner.

### **Une question d'éthique et de vécu**

« L'upcycling, ce n'est pas une mode, c'est un état d'esprit et une nécessité. Dans l'avenir, on sera plus que jamais amenés à recycler », avance Florian Debal qui forme avec Antoine Sion l'Atelier Michel Dupont, duo de designers engagés dans la création de mobilier et d'aménagement d'intérieur à partir de matériaux de réemploi. Sortis en 2008 de la section « Design de l'objet » de Saint-Luc Tournai, ils font presque figure d'anciens quand ils croisent au détour d'un salon les jeunes designers venus présenter leurs productions upcyclées. « On a été attirés par le matériau de récup pour le vécu qu'il dégage. Dès le début, on a compris qu'il fallait développer notre propre approche esthétique en réfléchissant sur de nouveaux types d'assemblage et de graphisme », précise Antoine.

**Source** : Gilles BECHET, « Upcycling, un nouveau mode de recyclage », in Le Soir, 25 février 2015. [en ligne] <<http://www.lesoir.be/803178/article/victoire/air-du-temps/2015-02-24/upcycling-un-nouveau-mode-recyclage>>. Consulté le 28 février 2017.

## LE MARCHÉ DES ARTICLES DE « SECONDE MAIN », UNE DEUXIÈME VIE QUI RAPPORTE

---

Augustin LIPPENS (2)

**D'après une enquête récente, près de quatre Belges sur 10 se sont procuré des articles de seconde main au cours de l'année écoulée. Une statistique qui démontre l'importance d'un marché de plus en plus concurrentiel.**

Autrefois toisées (3) par une certaine frange de la population ou qualifiées de repaires à bobos (4), les enseignes de seconde main gagnent aujourd'hui une clientèle plus large et s'érigent comme le symbole d'une filière commerciale importante dans le paysage économique belge. C'est tout du moins ce qui ressort d'une enquête lancée en octobre dernier par des professionnels du secteur de la récup (2emain.be, Troc.com et Cash Converters). D'après cette étude, la tendance de la seconde main s'inscrit en Belgique de façon pérenne, et massive : 37 % des consommateurs ont ainsi acheté des articles de seconde main en 2016.

On apprend également que si les magasins physiques (42 %), les brocantes et autres marchés aux puces (40 %) restent des canaux de négoce (5) et d'approvisionnement importants, ce sont désormais les sites de petites annonces qui donnent lieu au plus grand nombre de transactions de seconde main. En effet, c'est sur les plateformes web que près de la moitié des acheteurs (45 %) ont déniché de bonnes affaires ces 12 derniers mois. Parmi les articles les plus populaires : les livres et bandes dessinées (31 %), les vêtements (28 %) et les articles de décoration (18 %).

---

(2) Journaliste belge contemporain.

(3) Regardées avec mépris.

(4) Bourgeois bohêmes : bourgeois affichant leur anticonformisme et attachés à l'écologie.

(5) Commerce.

## De l'économie à l'écologie

L'un des enseignements majeurs de l'enquête porte aussi sur les raisons invoquées par les consommateurs pour justifier leurs achats de seconde main. Pour quatre acheteurs sur cinq (82 %), les prix moins élevés constituent l'argument le plus solide d'un tel achat. Et pour cause. Dans la plupart des organismes sociaux (Petits Riens, Terre, Oxfam-Solidarité, etc.), le prix moyen d'un vêtement tourne autour de 3 euros, même s'il n'est pas rare de voir des articles partir pour 50 centimes. Dans certains cas, les vêtements sont même gratuits alors que des pièces plus recherchées, type vintage, se vendent pour 10 ou 15 euros la pièce. Chez Oxfam-Solidarité, ce faible niveau de prix s'explique par un système de donations et de bénévolat en amont (6) de la vente et d'une TVA préférentielle de 6 % à la revente qui permet, en moyenne, de réduire les prix de 25 à 33 %.

Chez Troc.com aussi, les prix sont cassés. Les 680 000 articles vendus annuellement le sont à des prix moyens oscillant entre 35 et 50 euros, soit 15 à 50 % moins cher que dans un magasin neuf. Des tarifs comparables à ceux pratiqués chez Cash Converters, où le gain effectué par le client est de l'ordre de 30 à 50 % par rapport à des articles de première main. Pour Kevin Kaeses, directeur général de l'enseigne en Belgique, « la décote (7) doit être mûrement réfléchie en amont, pour fixer un seuil permettant au client de franchir le pas, tout en nous assurant un bénéfice. Cette décote varie d'un objet à l'autre et sera sans doute moins importante pour un smartphone que pour du petit électroménager ».

Parallèlement à la question prépondérante du prix, 38 % des personnes interrogées disent acheter en seconde main pour s'adonner au loisir de chiner (8), quand 24 % d'entre elles aiment l'idée de dénicher par ce biais un article original, impossible à dénicher (9) à l'état neuf. « C'est le signe que le paysage sociologique des acheteurs se modifie, explique Frédéric Van Hauteghem, directeur adjoint du département de seconde main chez Oxfam-Solidarité. Actuellement, le profil des consommateurs se diversifie de plus en plus, pour gagner toutes les strates de la population. Il commence à être de bon ton, même chez les gens

---

(6) Avant.

(7) Évaluation d'un bien inférieure à sa valeur.

(8) Faire les marchés aux puces à la recherche d'un objet particulier ou d'une bonne affaire.

(9) Trouver.

fortunés, de dire que l'on a chiné tel ou tel article en seconde main. D'ailleurs, le temps où l'on ouvrait un magasin dans une petite rue pour que les clients puissent venir incognito est révolu. Désormais, on oserait s'installer Rue Neuve, ce qui dénote d'un changement de paradigme (10) », conclut le spécialiste. Chez Troc.com, les constatations sont les mêmes : la société change, et la demande se raffermi ! Pour Pierre Boseret, directeur général du BeLux, la seconde main est devenue tendance et à la mode, même auprès des milieux plus favorisés.

Parmi les motivations d'achats de seconde main soulevées par l'enquête, il en est également une d'ordre philosophique relevant de préoccupations contemporaines : la consommation durable, respectueuse de l'environnement. En effet, 28 % des personnes interrogées disent avoir un jour acheté des articles usagés afin de s'inscrire dans un mouvement durable de recyclage. Cet élan eco-friendly (11), ressenti majoritairement en Flandre et dans les grandes villes, modifie le paysage sociologique de la seconde main, et laisse présager un renforcement de la demande. « Au départ, le marché s'est créé pour des raisons économiques, explique Kevin Kaeses de chez Cash Converters. La classe moyenne ne souhaitait pas acheter ce genre d'articles, à cause des a priori négatifs qui s'en dégageaient. Mais les choses ont changé. La crise économique est passée par là, et même les gens aisés veulent consommer différemment et intelligemment. Ils sont conscients de certains phénomènes comme l'obsolescence programmée (12), ou l'obsolescence marketing (13). Ils viennent donc acheter chez nous. In fine (14), alors que nous nous trouvons dans un business de niche (15), celle-ci tend à s'étendre, et à prendre de plus en plus d'ampleur », conclut Kevin Kaeses. [...]

**Source** : Augustin LIPPENS, « Le marché des articles de « seconde main », une deuxième vie qui rapporte », in Trends Tendances, 29 janvier 2017. [en ligne] <<http://trends.levif.be/economie/style/le-marche-des-articles-de-secondemain-une-deuxieme-vie-qui-rapporte/article-normal-605627.html>> Consulté le 21 février 2017.

---

(10) Modèle.

(11) Respectueux de l'environnement.

(12) Technique destinée à limiter la durée de vie de certains articles.

(13) Fait de démoder des articles pour les remplacer par de plus récents.

(14) Finalement.

(15) Un marché visant un nombre limité de personnes.

## LE VINTAGE

---

### Philothée GAYMARD (16)

Paris, 2013. Une jeune fille en robe à fleurs et veste en jean élimée enfourche son vélo. Arrivée chez elle, elle allume une lampe de bureau industrielle posée sur une antique table d'écolier, à côté du canapé Ikea. Elle a presque terminé la saison 6 de Mad Men : son MacBook sur les genoux, elle recherche sur Internet des sous-titres en français pendant que le dernier épisode se télécharge. Cette jeune fille appartient à la génération Y (17). Elle est née en Occident entre 1980 et 1995. Elle vit à Paris, mais elle pourrait aussi bien être nantaise, nîmoise ou montpelliéraine. Elle pourrait également être berlinoise, new-yorkaise ou londonienne. Elle pourrait, aussi bien, être un garçon. Sa vie quotidienne est peuplée de références à un temps qu'elle n'a pas connu : elle possède des meubles des années 1950, porte les robes seventies (18) de sa mère, écoute souvent Elvis Presley et Ella Fitzgerald. Pourtant, elle est considérée par les sociologues comme une digital native, c'est-à-dire quelqu'un qui était assez jeune quand les nouvelles technologies de communication ont émergé pour avoir grandi avec elles. Elle possède un smartphone et un ordinateur. Elle utilise depuis longtemps Twitter, Skype et Facebook. Ses photos et vidéos de la vie quotidienne, prises avec son téléphone, alimentent son profil sur Instagram ; elle y applique des filtres qui imitent le rendu de la pellicule, c'est plus joli. Quand elle part en vacances, elle utilise plus volontiers un vieil appareil argentique que ses parents lui ont donné. Un objet symbolise cette fusion entre la technologie contemporaine et celle du passé : la platine vinyle qui trône dans son salon, dotée d'un port pour y brancher son iPod. Les deux derniers concerts qu'elle a vus sont ceux de We Were Evergreen, trio français aux sonorités qui rappellent la beach pop des années 1960, et

---

(16) Jeune journaliste française.

(17) La génération Y regroupe, en Occident, l'ensemble des personnes nées entre 1980 et le milieu des années 1990. Elle succède à la génération X qui elle-même suit celle des baby-boomers.

(18) Des années 1970.

Tame Impala, un groupe australien dont le chanteur a piqué la voix de John Lennon. Elle appartient à la génération Y, et le vintage peuple sa vie.

Le vintage, c'est la mode de l'ancien. Depuis le début des années 2000, la jeunesse occidentale s'adonne à une sorte de culte pour les vêtements, les accessoires, les meubles et les productions culturelles de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle. Le mot « vintage » fleurit partout, sur les devantures des magasins de vêtements et aux frontons des festivals et salons. Il hante les séries télévisées à succès comme *Mad Men*, qui met en scène des publicitaires new-yorkais des années 1960, et sert de prétexte à des films d'époque dont leurs auteurs sont nostalgiques. La musique se fait sous l'ombre tutélaire (19) de Bob Dylan, de Pink Floyd, de Serge Gainsbourg. Les meubles de Pierre Paulin et le lounge chair (20) d'Eames n'ont jamais été aussi prisés. Les jeunes des années 2010 vivent dans un équilibre permanent entre des éléments ultracontemporains et des résidus des Trente Glorieuses (21). En même temps qu'ils sont en train de construire le monde de demain, ils chérissent une époque qu'ils n'ont pas connue.

[...]

Si le vintage déferle à ce point dans la culture populaire occidentale, c'est aussi parce que, de plus en plus, on considère que « c'était mieux avant ». Selon Ipsos (22), les Français étaient 46 % à le penser en 2010 (contre 33 % quatre ans plus tôt). La jeunesse, c'était mieux avant, parce qu'elle était plus radicale et idéaliste. La mode, la musique, le cinéma, le design, c'était mieux avant, puisque les productions de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle semblent indépassables. Le futur, c'était mieux avant, parce qu'il n'était pas menacé par les crises environnementales, économiques, sociales. Le vintage est le plus souvent analysé comme le signe d'une perte totale de la foi en l'avenir. Aux rêveries de science-fiction des années 1960 et 1970, on oppose le repli sur soi, sur son passé, sur son territoire. L'Occident, guidé par sa jeunesse, ne rêverait plus de conquérir le monde mais de l'appriivoiser et de le sécuriser. Si cette impression n'est pas sans fondement, elle reste très partielle. Presque partielle. Sans tomber dans un optimisme béat, il paraît

---

(19) Sous la protection de.

(20) Fauteuil design.

(21) Trente Glorieuses : années 1945-1975, marquées par une forte croissance économique et l'amélioration générale des conditions de vie dans les pays développés.

(22) Institut français de sondages.

important de pousser l'analyse plus loin, pour montrer comment le vintage s'inscrit dans une époque et, surtout, dans une nouvelle vision de l'avenir. En réalité, ce n'est pas la foi dans le futur qui a été perdue, mais la manière de l'inventer qui a changé. Ce que fait la jeunesse avec le vintage, c'est jeter de nouveaux ponts entre passé, présent et avenir. Dans tous les domaines, elle applique ses mots d'ordre : l'harmonie et la cohérence. En ligne de mire, un futur qui n'a plus la folie des grandeurs mais rêve tout de même d'un monde meilleur.

Le vintage n'est pas qu'une mode, et en même temps il est d'abord une mode. C'est-à-dire qu'il recueille et cristallise l'esprit du temps, et donc l'esprit de la jeunesse. Comprendre le vintage, c'est comprendre la génération Y et celle qui la suit, la génération Z dont personne ne parle encore. Comprendre cette étonnante fascination pour le passé, c'est, au fond, comprendre ce que ces jeunes feront de l'avenir.

**Source** : Philothée GAYMARD, « Introduction », in Le vintage, Paris : 10/18, 2013, collection « Le monde expliqué aux vieux », édition électronique.



**Fédération Wallonie-Bruxelles / Ministère  
Administration générale de l'Enseignement**  
Boulevard du Jardin Botanique, 20-22 – 1000 BRUXELLES  
www.fw-b.be – 0800 20 000  
Impression : EVMprint - info@evmprint.be  
Graphisme : Sophie Jeddi - sophie.jeddi@cfwb.be  
Juin 2018

Le Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles  
Rue Lucien Namèche, 54 – 5000 NAMUR  
0800 19 199  
courrier@mediateurcf.be

Éditeur responsable : Frédéric DELCOR, Secrétaire général

La « Fédération Wallonie-Bruxelles » est l'appellation désignant usuellement la « Communauté française » visée à l'article 2 de la Constitution