

Culture Générale et expression BTS2 2015 / 2016	Thème 1 – Ces objets qui nous envahissent : objets cultes – culte des objets	Le vintage Méthodo – Le paragraphe argumenté
---	--	---

Un paragraphe argumenté est une des parties de votre développement. Il est composé de :

- Une phrase d'introduction qui présente votre argument (= un objet vintage est un objet marketing comme un autre)
- 2 à 3 sous-paragraphes (les petits a, b, c de votre plan) A chaque sous-paragraphe, on va à la ligne sans passer de ligne et on passe un alinéa
- Une phrase qui reprend votre argument et qui fait transition avec la partie suivante // le paragraphe argumenté suivant

Les objets vintage sont comme les autres objets que nous utilisons et consommons au quotidien. Ils sont soumis au marketing et nous allons voir de quelles manières.

Dans le document 2, les créateurs de Design Market ont tiré à leur avantage l'un des revers du vintage. En effet, les objets du vintage sont souvent victimes de copies et de rééditions. Les prix sont plus bas, mais ce ne sont pas des produits réellement vintage puisqu'ils sont fabriqués de nos jours. Design Market a choisi de jouer la carte de l'authenticité pour cibler une clientèle d'amateurs, des clients qui souhaitent acheter des objets qui datent vraiment de l'époque comprise entre les années 20 et les années 90.

De manière plus générale, grâce à l'article de Sophie Berthier issu de Télérama, nous pouvons nous rendre compte que le vintage provoque une « rude concurrence », autrement dit de nombreuses boutiques se sont spécialisées dans la recherche de produits vintage à proposer à leur clientèle. Que ce soit dans le domaine de la décoration ou dans celui de l'habillement, il est possible de faire de bonnes affaires, voire des économies. L'apparition de tant de boutiques spécialisées dans la vente d'objets issus du passé montre que le vintage est tendance, qu'il y a une forte demande de la part des consommateurs.

Enfin, grâce au document qui présente la marque American Vintage, nous remarquons que l'appellation « Vintage » est une désignation qui fait vendre. (Comme l'appellation AOC qui est une appellation réglementée qui est gage de qualité). On peut constater tout au long de l'article qu'il n'est pas vraiment question de vêtements vintage. Ce sont des vêtements contemporains, neufs. Ce qui se rapproche le plus du vintage dans ces vêtements c'est le style qui est « used », c'est à dire usé, vieilli. Bien que le succès d'American Vintage résulte de nombreux facteurs, le choix d'apposer « Vintage » dans le nom de la marque montre que c'est tendance et actuel. On sort du cadre des objets passés pour l'ouvrir sur un univers contemporain qui fait vendre.

Pour conclure cette partie, nous pouvons donc dire qu'il y a de nombreux arguments de vente qui découlent du vintage. Les objets du passé sont remis au goût du jour et ils sont soumis au marketing, aux mêmes méthodes de vente que les objets fabriqués à notre époque.