

## Tekst 8

# Génération Lolitas<sup>3)</sup>

1 Emilie, Alice, Sélina, Africa et Olivia  
sont devant la vitrine du magasin Pimkie, rue  
de Rivoli, à Paris. «Vous avez vu la cravate  
écossaise», lance Emilie. «Ouah, c'est la  
5 même que celle de Jenifer Lopez!» répondent  
toutes ensemble ses quatre amies. L'excita-  
tion est à son comble. Pour ces petites filles  
tout juste âgées de 9 ans, regarder les étalages  
fait partie des activités préférées.

2 10 Les nouvelles générations commencent  
à consommer dès leur plus jeune âge et ceci  
dans des secteurs autrefois réservés aux  
adolescents. Le pouvoir d'achat des 8-12 ans  
dépasse aujourd'hui les 2 milliards d'euros.  
15 Autre changement: la fréquence de leurs  
achats continue à augmenter. On peut dire que  
ces «adonnaissantes» imposent leur volonté à  
des parents qui ne leur opposent que très peu  
de résistance. Alors que leurs aînées dépen-  
20 saient leurs économies en habits de poupées  
ou cordes à sauter, ces petites filles utilisent  
leur argent en tee-shirts au nombril, jeans à  
paillettes et chouchous fluos.

3 Une mini-révolution encouragée par les  
25 grandes marques d'ordinaire réservées aux  
femmes. Etam a lancé la ligne Tammy, une  
collection de vêtements qui ne dépasse pas la  
taille 36. Tout y est, y compris le string à la  
place de la très sage culotte Petit Bateau.  
30 Choquant pour les parents de la vieille école...  
Pourtant rien ne semble pouvoir arrêter cette  
opération de séduction marketing auprès de  
celles qu'on appelle sans gêne les nouvelles  
Lolitas.

4 35 En effet, être à la mode, coûte que  
coûte, est l'une de leurs priorités. Aujour-  
d'hui, les petites filles se maquillent de plus  
en plus jeunes. Selon une étude réalisée par  
Yves Rocher, 50% des 4-8 ans possèdent des  
40 jouets «pour se faire belles» et 15% con-  
naissent déjà les marques de produits de  
beauté. L'industrie cosmétique a de beaux  
jours devant elle.

5 Autres temps, autres mœurs! Les  
45 mamans ont déserté la maison et les petits se  
trouvent près d'une heure trente par jour  
devant la télé. Les relations familiales ont  
radicalement changé. Les femmes qui élèvent  
seules leur fille ou qui vivent avec un autre  
50 homme que le papa se sentent bien sûr



coupables. Cela vaut aussi pour celles qui  
privilégient leur carrière. Le peu de temps  
qu'elles consacrent à leur fille, elles veulent  
en profiter au maximum. Moins exigeantes,  
elles sont aussi plus copines...

6 «Si, hier, les petites jouaient à la  
poupée, explique Virginie Saunier, rédactrice  
en chef du journal *Julie*, c'était avant tout  
pour imiter leur mère.» Aujourd'hui, l'exem-  
60 ple que donnent les parents joue un rôle  
jusqu'à l'âge de 5 ans. Dans le même temps,  
on note que la puberté commence à 11 ans et  
demi contre 12 ans et demi il y a trente ans.  
L'enfance dure de moins en moins longtemps.

7 65 S'il n'y a plus d'enfants, il n'y a pas  
non plus de parents. «Depuis les années 80, la  
société est touchée de "jeunisme": les grands-  
parents veulent continuer à faire partie de  
cette société, et les parents, qui ont 30 ou 40  
70 ans, sont régressifs» explique Virginie  
Saunier. En résumé, les petits jouent les  
grands, les vieux tentent de rajeunir... et tout  
le monde rêve d'avoir 20 ans. ■

Valentine Gay, dans «Femme Actuelle»

## ■ Tekst 8 Génération Lolitas

- «Emilie, Alice, Sélina, Africa et Olivia» (ligne 1)
- 1p **32** ■ Qu'est-ce que le premier alinéa nous fait savoir sur ces filles?
- A Elles préfèrent le magasin Pimkie à tout autre magasin.
  - B Elles s'énervent en voyant leur popstar favorite.
  - C Elles s'intéressent beaucoup à la mode.
  - D Elles sont encore trop petites pour se promener toutes seules dans Paris.
- 1p **33** ■ Lesquelles des affirmations suivantes correspondent à ce qui est dit dans le 2e alinéa?
- Par rapport à la génération précédente, celle d'aujourd'hui
- 1 dépense de l'argent de plus en plus souvent.
  - 2 préfère acheter toutes sortes de choses à des prix énormes.
  - 3 achète des objets qui semblent ne pas correspondre à son âge.
- A Seuls 1 et 2 sont vrais.
  - B Seuls 1 et 3 sont vrais.
  - C Seuls 2 et 3 sont vrais.
  - D 1, 2 et 3 sont vrais.
- 1p **34** ■ Que peut-on conclure du 3e alinéa?
- Les jeunes filles de la génération Lolitas
- A font de leur mieux pour surveiller leur ligne.
  - B prennent plaisir à provoquer les adultes.
  - C s'intéressent surtout aux vêtements de marque.
  - D sont devenues un groupe-cible intéressant pour le marketing.
- «L'industrie ... devant elle.» (lignes 42-43)
- 1p **35** ■ Par quel(s) mot(s) cette phrase aurait-elle pu commencer?
- A Bref,
  - B En plus,
  - C Par exemple,
  - D Pourtant,
- «elles sont aussi plus copines» (regel 55)
- 1p **36** □ Hoe verklaart de schrijfster deze houding van de moeder?
- 1p **37** ■ Qu'est-ce qui est vrai selon l'alinéa 6?
- A Actuellement, les poupées ne sont plus à la mode.
  - B Actuellement, on est moins longtemps dans la puberté.
  - C Autrefois, les mamans s'occupaient peu de leurs enfants.
  - D Autrefois, on était plus longtemps enfant.
- 1p **38** ■ Que peut-on conclure du 7e alinéa?
- A Il y a de plus en plus de jeunes dans notre société.
  - B Le chiffre des naissances est en baisse.
  - C Les adultes ont du mal à s'identifier aux jeunes d'aujourd'hui.
  - D Les écarts entre générations disparaissent peu à peu.