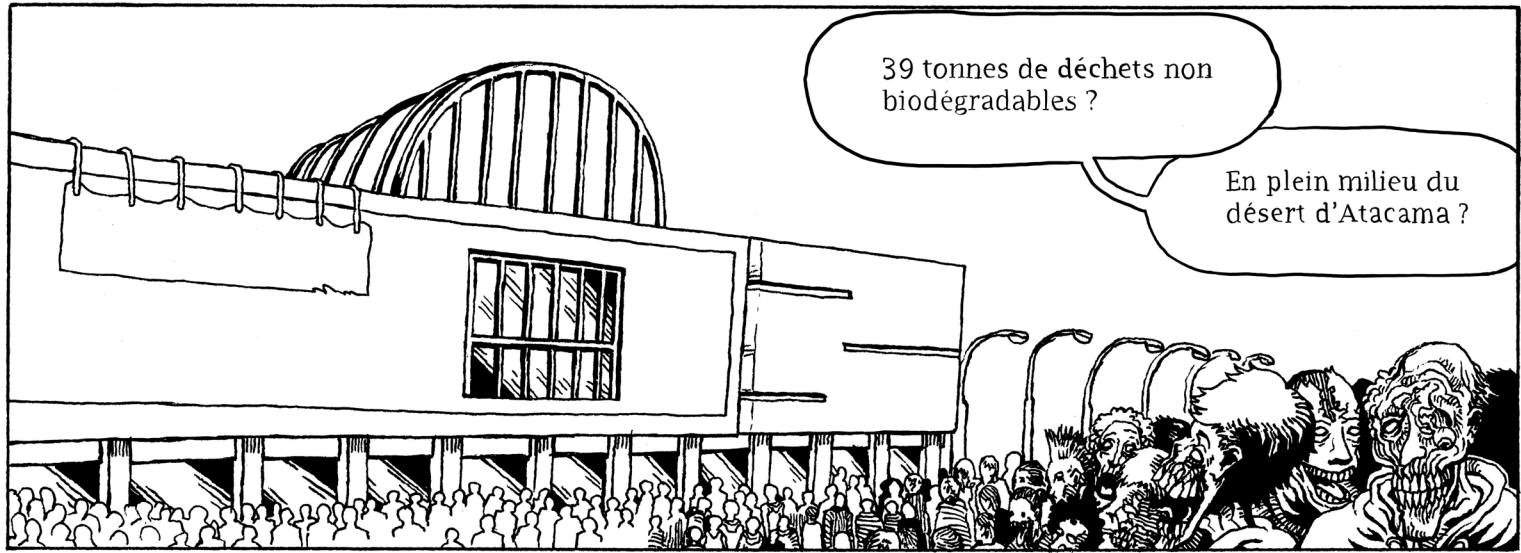


INDUSTRIE-TEXTILE

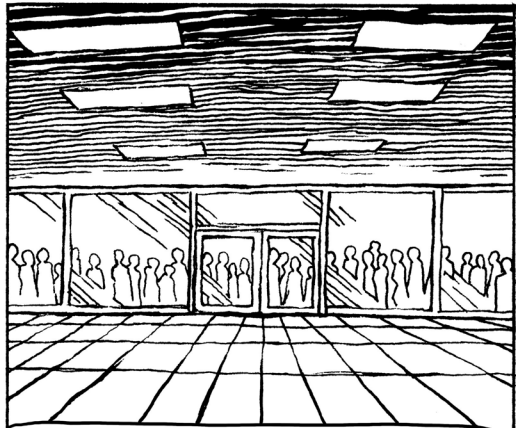


GREEN FRIDAY

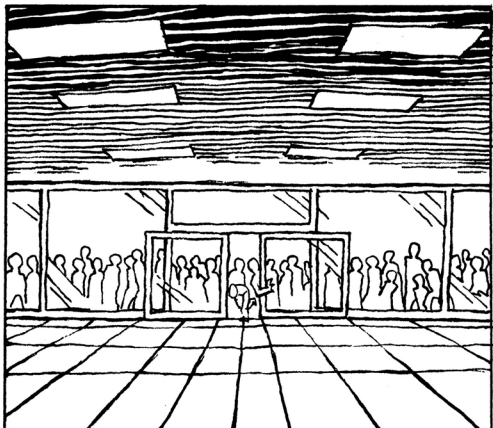


39 tonnes de déchets non biodégradables ?

En plein milieu du désert d'Atacama ?



Les vêtements achetés sont bourrés de produits chimiques, vu que les décharges ne les admettent pas, ils vont terminer dans la nature.



La seule solution est de les brûler ou de les enterrer, un entassement est inévitable.

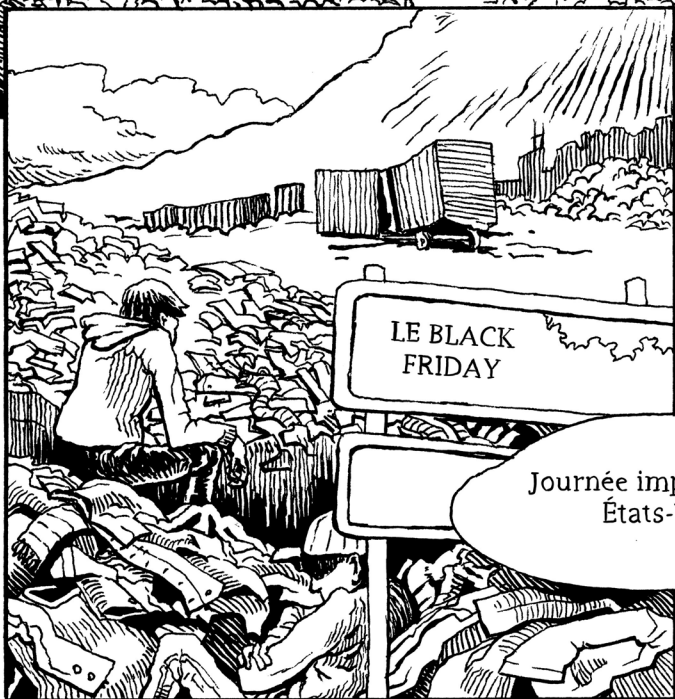


Tout en polluant l'air et les nappes phréatiques.



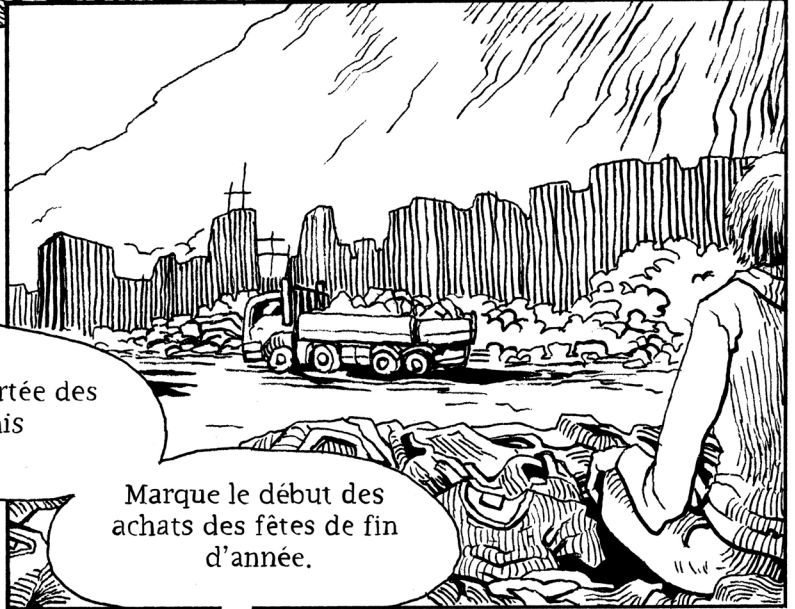
La SURCONSOMMATION en est la cause.

Nous connaissons tous la journée
que nous allons décrire...



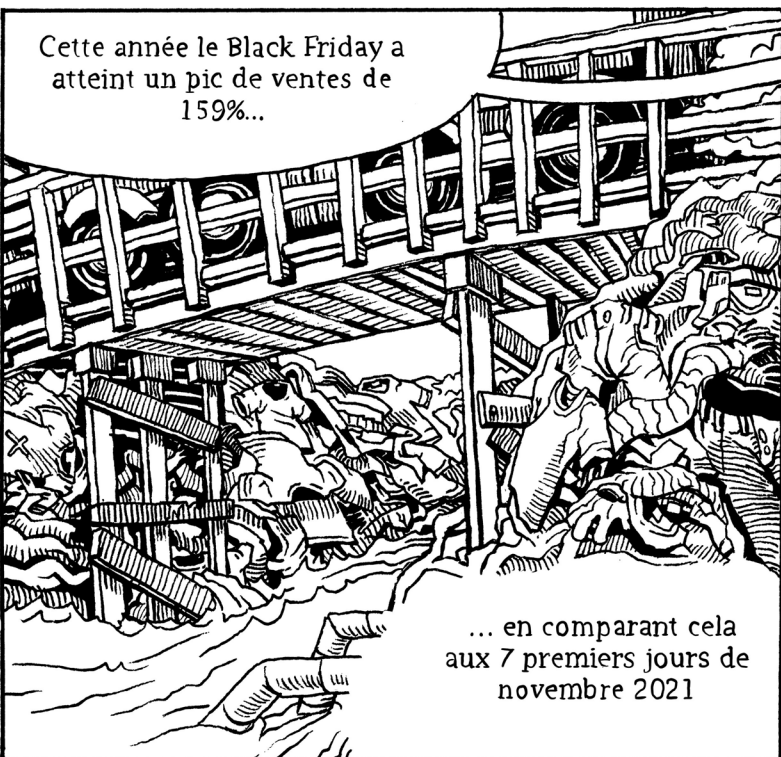
LE BLACK
FRIDAY

Journée importée des
États-Unis



Marque le début des
achats des fêtes de fin
d'année.


Cette année le Black Friday a
atteint un pic de ventes de
159%...



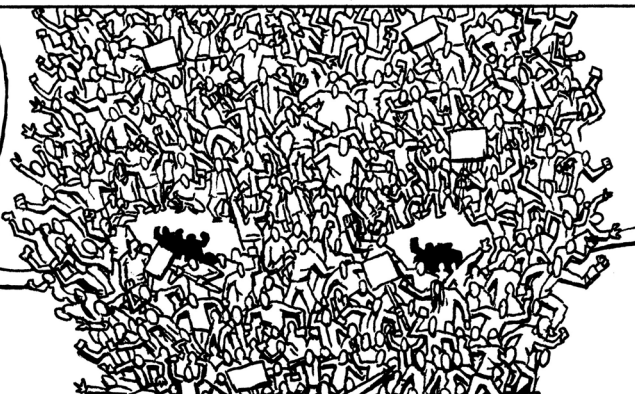
... en comparant cela
aux 7 premiers jours de
novembre 2021




En 2020 nous étions à
107%. L'augmentation
sera fatale si nous
n'agissons pas
ENSEMBLE !




Le consommateur a le pouvoir, le mouvement Green Friday est éthique et mobilise les acteurs pour une consommation durable.




Fédérer les entreprises sociales et circulaires pour obtenir une vision commune.




Transformer le pouvoir d'achat en pouvoir de décision.



Ici, nous montrerons les différents acteurs qui sont intervenus et qui militent aux côtés du Green Friday.



Un apprentissage au niveau de l'éthique est apporté par les acteurs durant toute l'année.

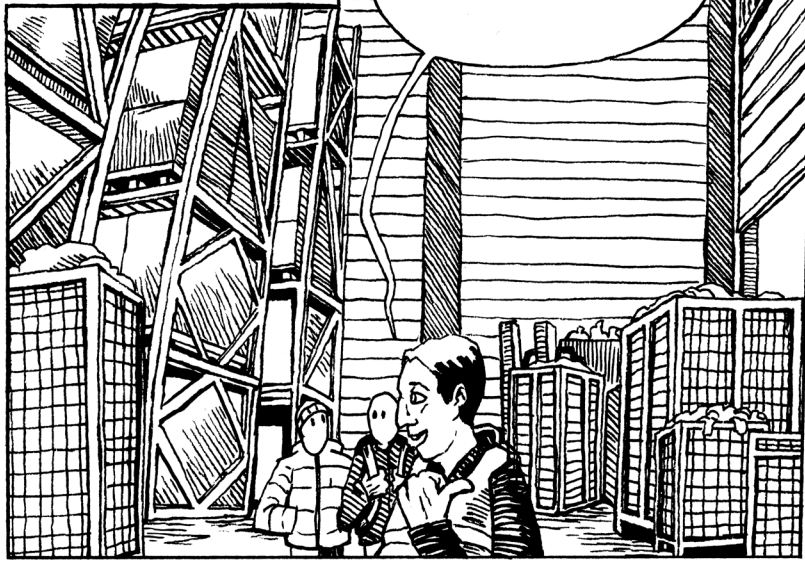


La circulation du textile dans la seconde main, grâce aux recyclages et aux workshops.

Centre de tri Oxfam
Haren en Belgique.
Mon nom est
Johannes Eneman...

...Je gère le plus
grand centre
d'Oxfam en
Belgique.

Notre tri se situe environ à 1500 T par an sur
4500 T reçues.



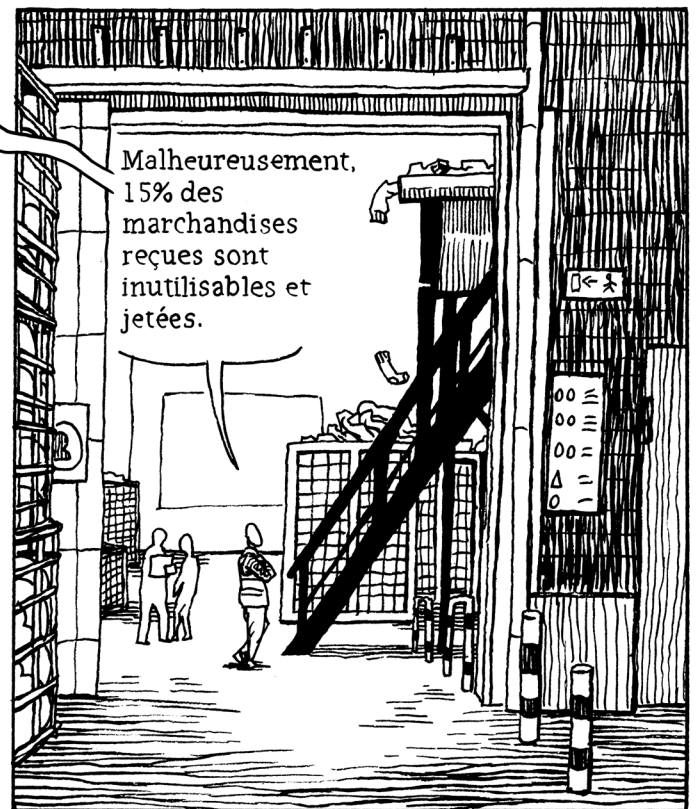
Les bulles, les partenariats et les dons
sont nos sources.



Dans le centre tout est trié en fonction des demandes,
pour les pop-ups, magasins Oxfam, personnes dans le
besoin.



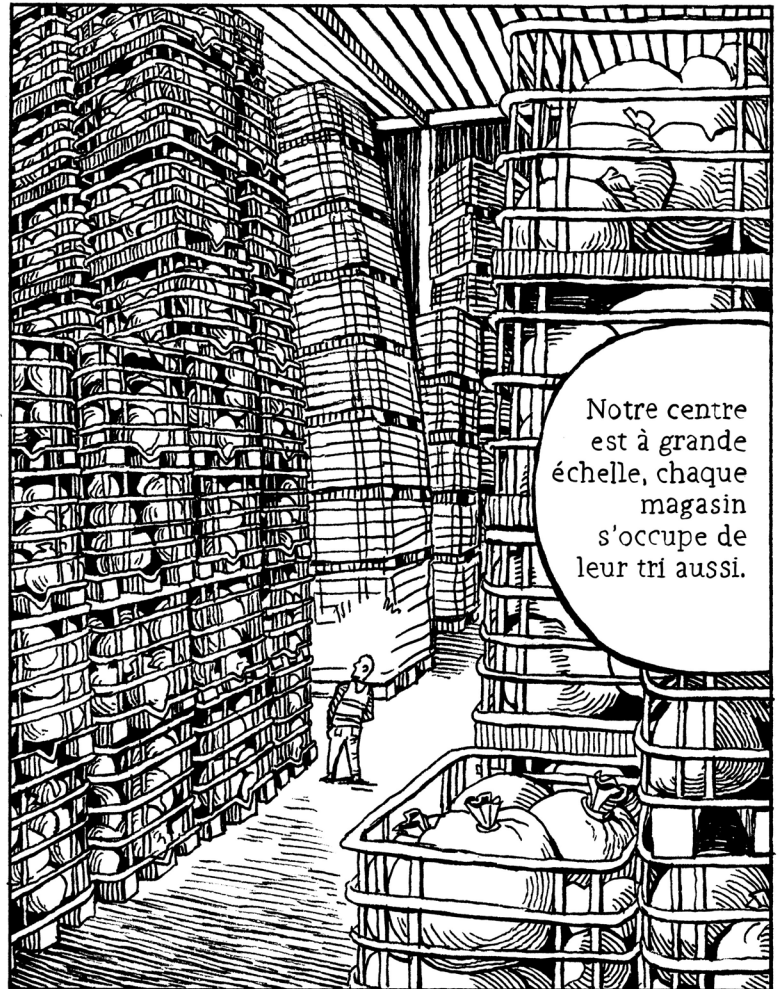
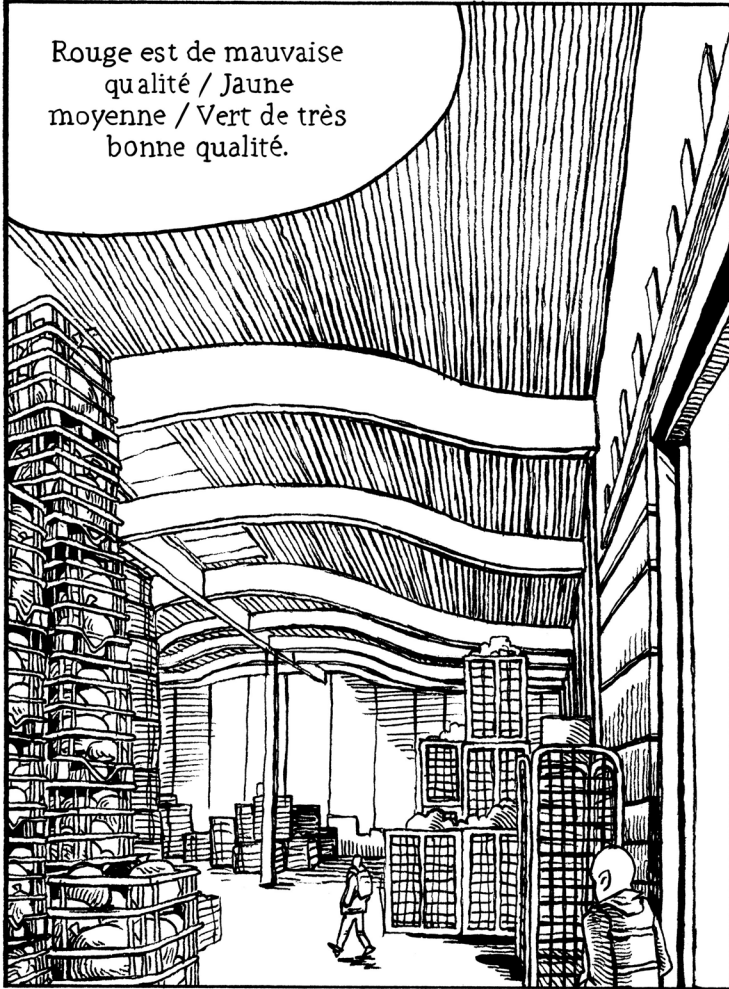
Malheureusement,
15% des
marchandises
reçues sont
inutilisables et
jetées.



À l'arrière tout est rangé avec un certain code couleur, qui correspond à la qualité de la marque traitée.



Rouge est de mauvaise qualité / Jaune moyenne / Vert de très bonne qualité.



Notre centre est à grande échelle, chaque magasin s'occupe de leur tri aussi.

Magasin géré par Valentine Fruchart

Lieu d'innovation au service de la transition écologique et sociale.

Une deuxième vie est donnée aux vêtements...

En faisant de l'upcycling...

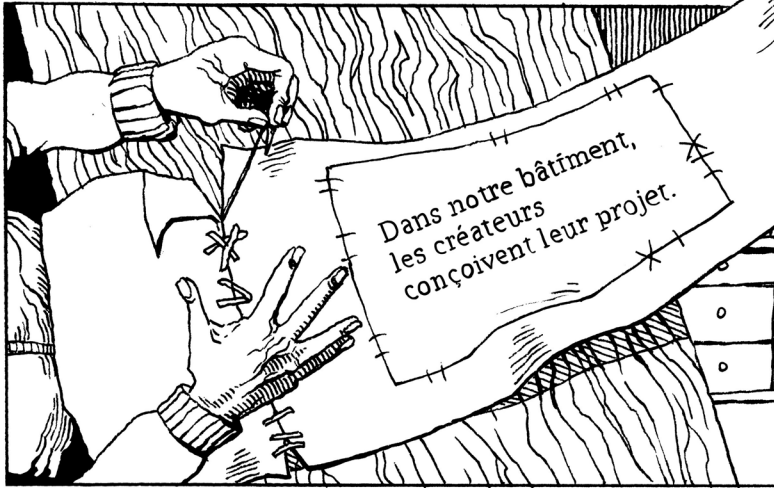
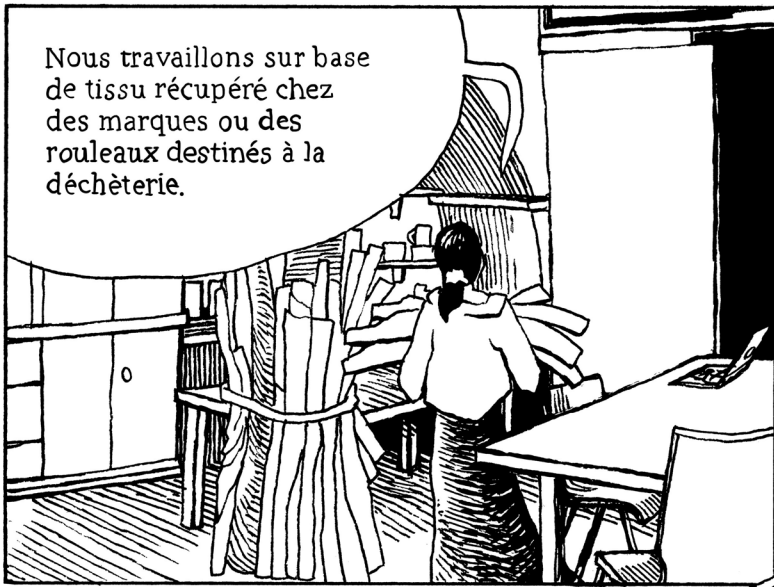
...Utiliser des vêtements ou des tissus usés...

Pour en refaire des vêtements utilisables.

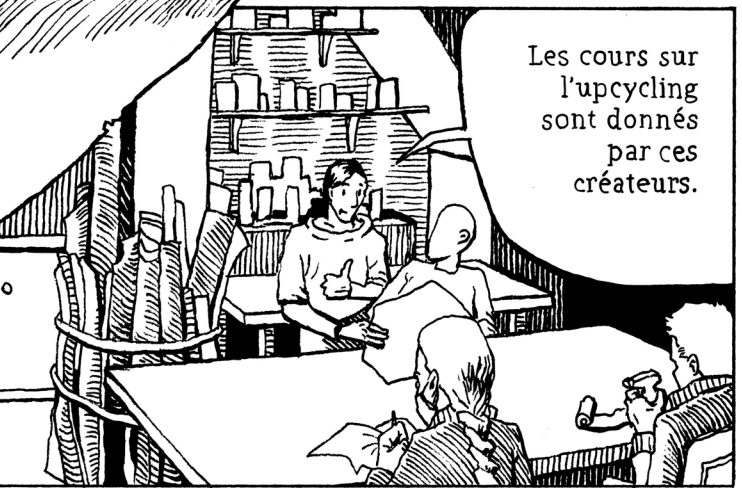


Nous travaillons sur base de tissu récupéré chez des marques ou des rouleaux destinés à la déchèterie.

Cela est notre matière première, le neuf ne rentre pas dans nos codes.



Dans notre bâtiment, les créateurs conçoivent leur projet.



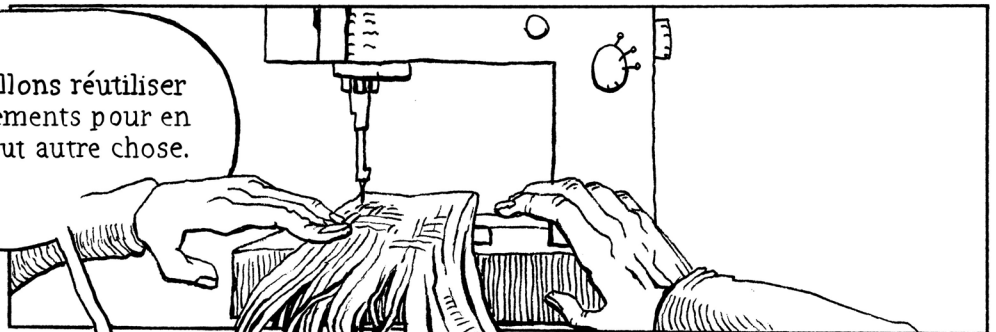
Les cours sur l'upcycling sont donnés par ces créateurs.



R-USE Fabrik,

magasin géré par Mathilde Lemaire

Nous allons réutiliser les vêtements pour en faire tout autre chose.



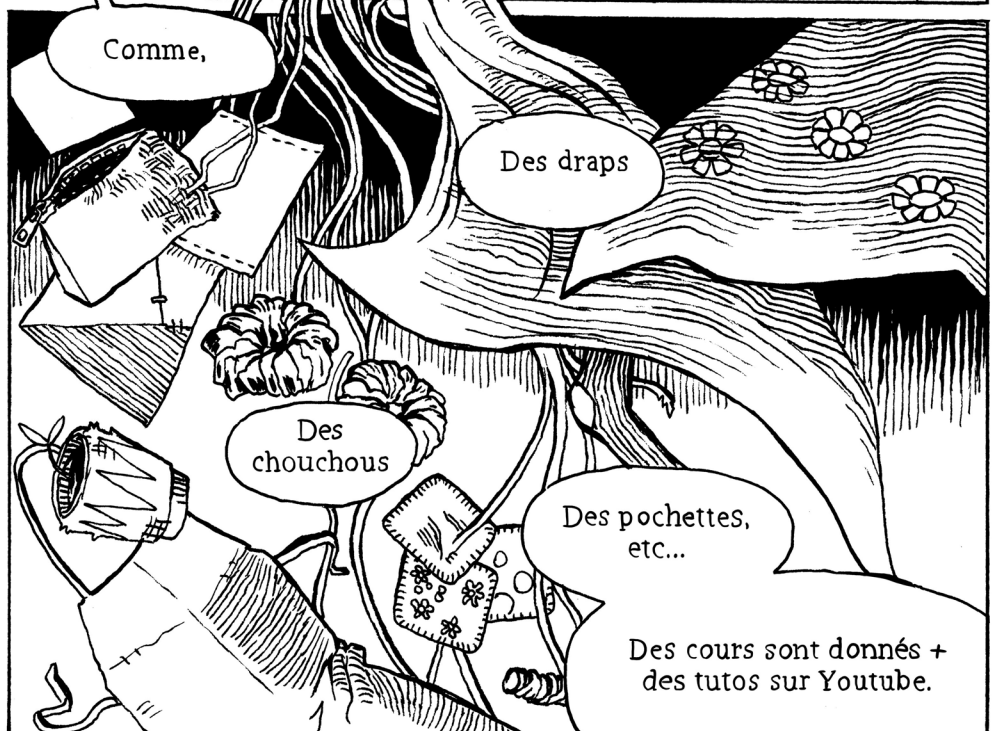
Comme,

Des draps

Des chouchous

Des pochettes, etc...

Des cours sont donnés + des tutos sur Youtube.



Magasin Oxfam
Namur géré par Jean
Delanoix

Les inondations ont eu un impact
catastrophique sur les magasins
en Wallonie, mais nous
continuons à nous battre.

Un thème est proposé en équipe pour
changer la vitrine, pour l'instant nous
sommes sur celui du problème des
masses glacières.

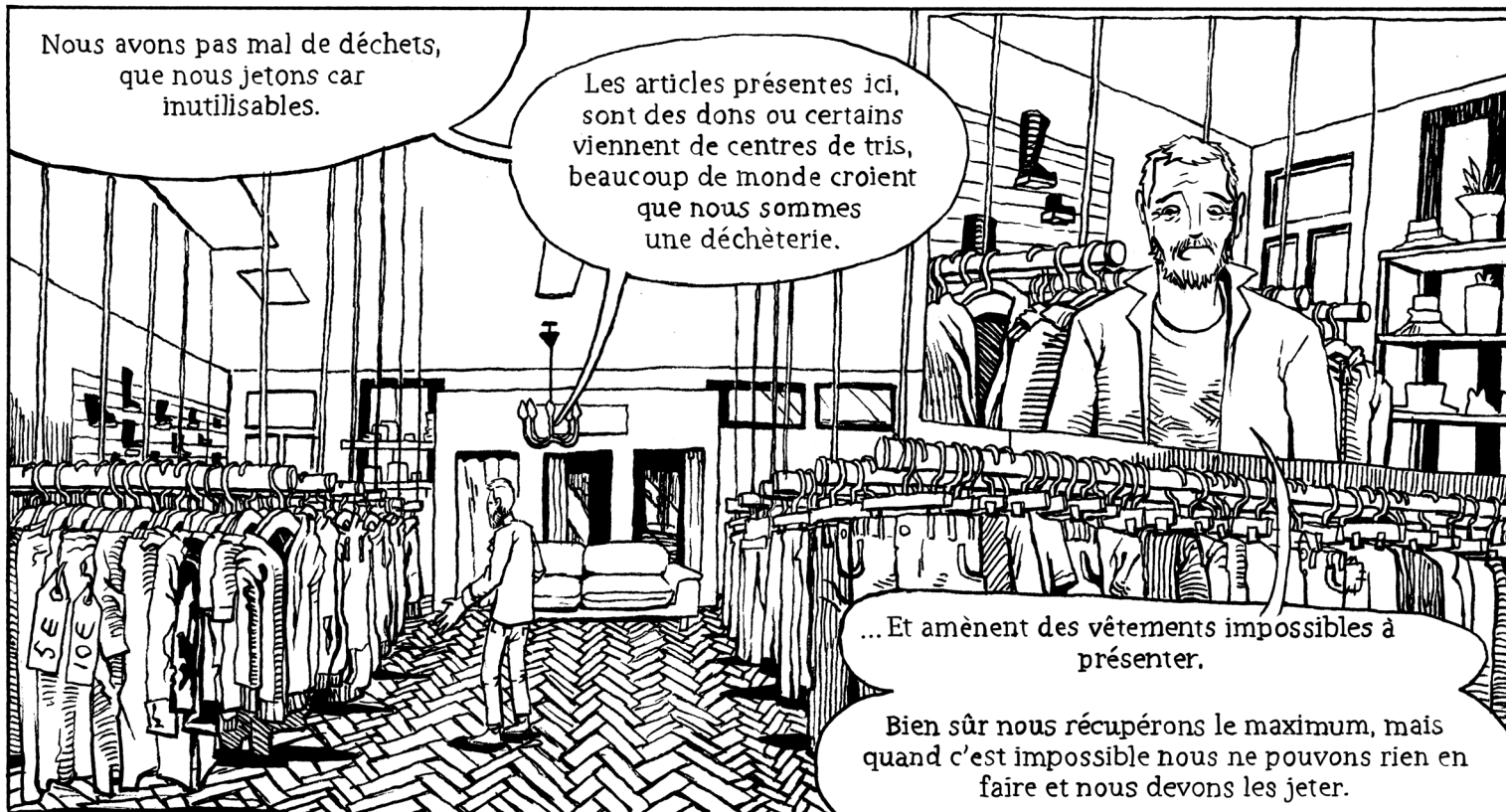


Nous avons pas mal de déchets,
que nous jetons car
inutilisables.

Les articles présentes ici,
sont des dons ou certains
viennent de centres de tris,
beaucoup de monde croient
que nous sommes
une déchèterie.

... Et amènent des vêtements impossibles à
présenter.

Bien sûr nous récupérons le maximum, mais
quand c'est impossible nous ne pouvons rien en
faire et nous devons les jeter.



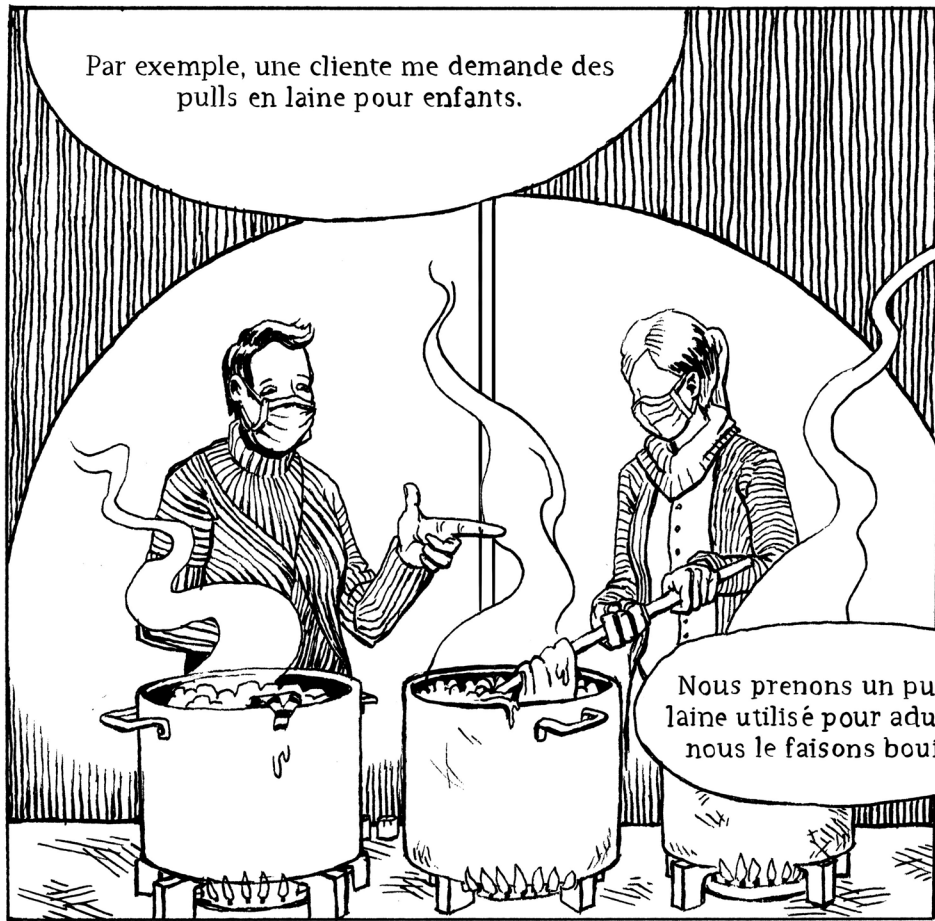
R-USE Fabrik
-Mathilde Lemaire

Beaucoup de solutions sont
proposées pour récupérer le tissu.

Mais malheureusement, le
temps et l'argent peut être
conséquent dans ce
processus.



Par exemple, une cliente me demande des pulls en laine pour enfants.

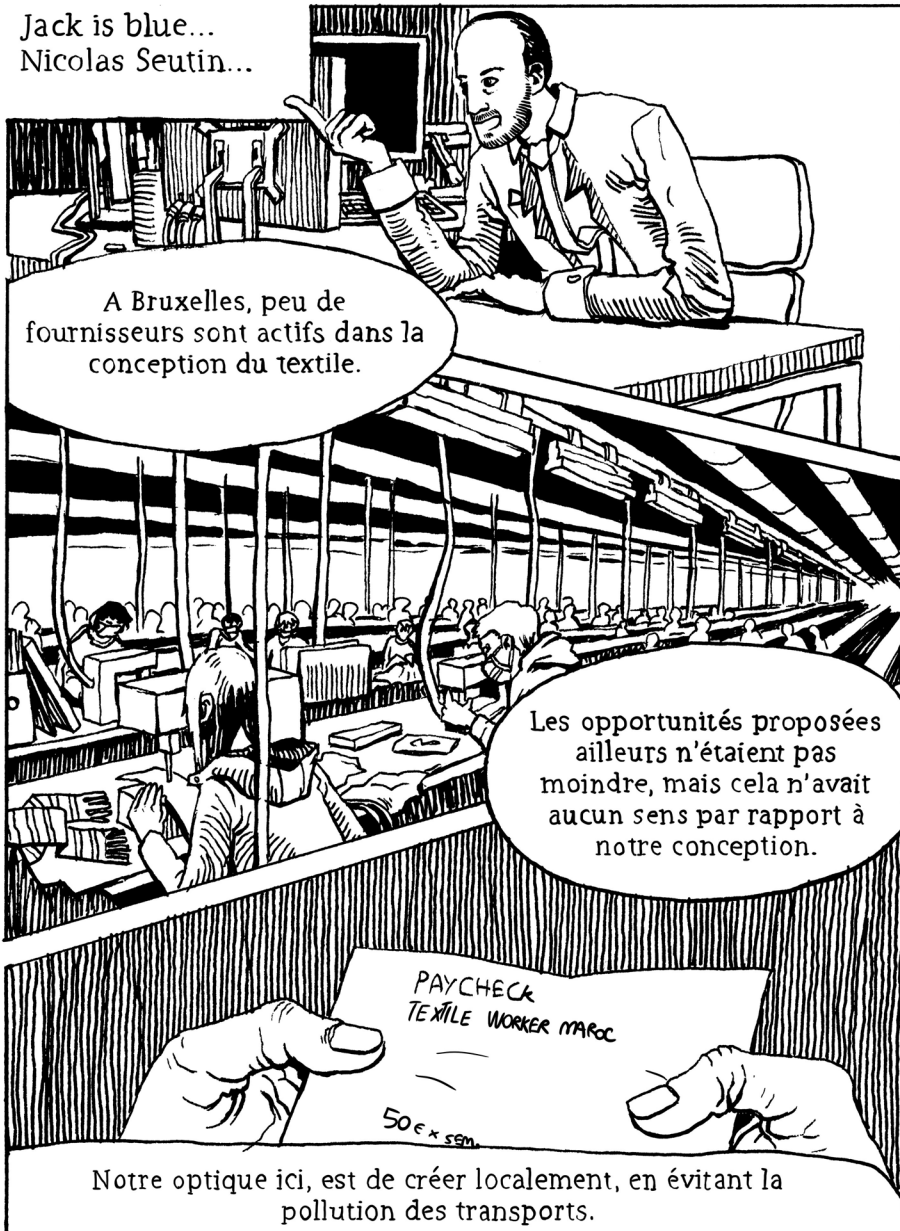


Nous prenons un pull en laine utilisé pour adulte et nous le faisons bouillir.

En évitant de gaspiller et d'acheter du neuf, nous obtenons un pull pour enfant.



Jack is blue...
Nicolas Seutin...



A Bruxelles, peu de fournisseurs sont actifs dans la conception du textile.

Les opportunités proposées ailleurs n'étaient pas moindre, mais cela n'avait aucun sens par rapport à notre conception.

Notre optique ici, est de créer localement, en évitant la pollution des transports.

Green Fabrik
Prix libre

Nous avons mis en place un système de prix libre, permettant de choisir le prix que vous voulez par rapport aux ateliers proposés.

±25€

50€

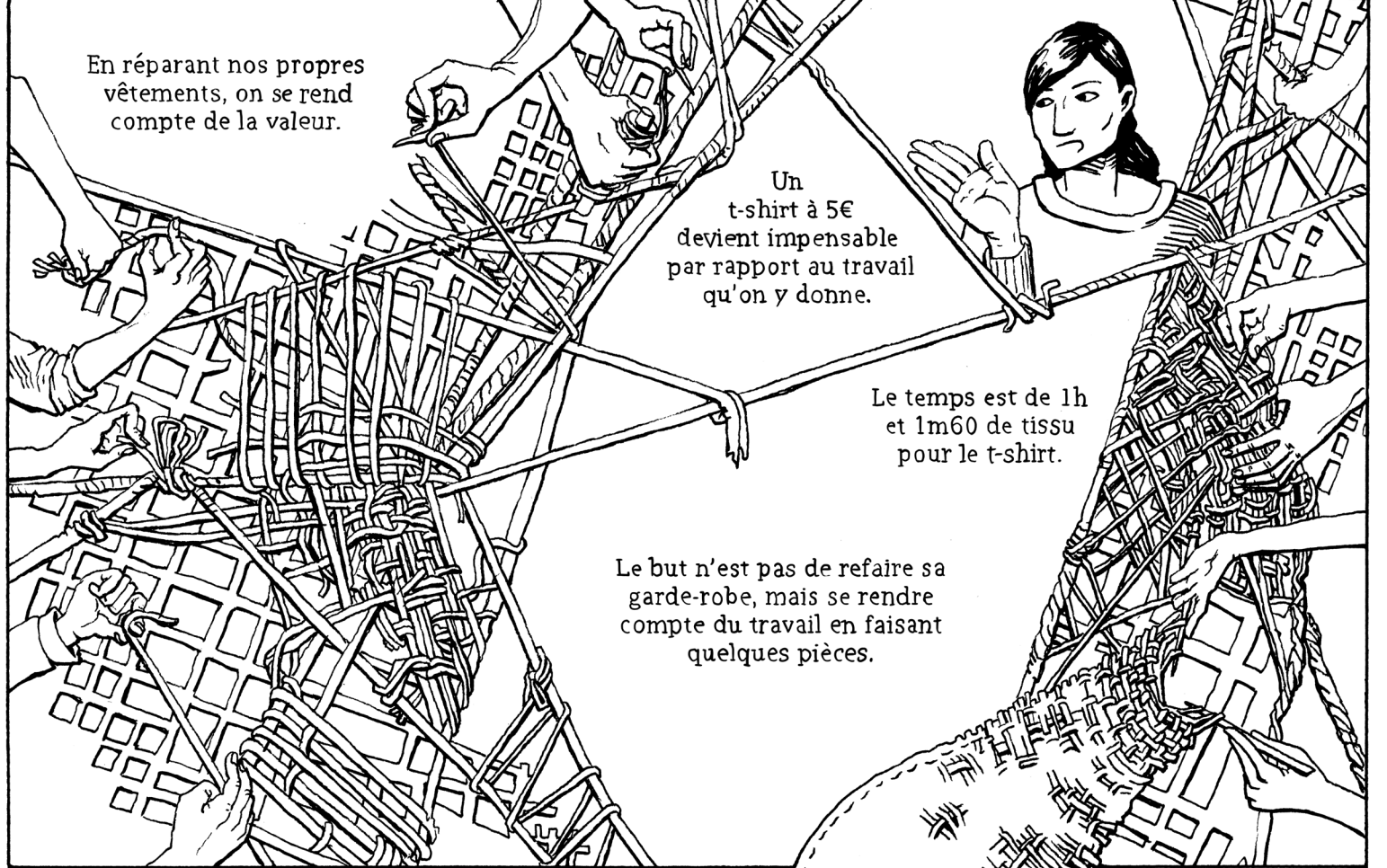
0€

25€

15€



Bien sûr, un prix « correct » est transmis, au cas où les personnes veulent s'y référer.




En réparant nos propres vêtements, on se rend compte de la valeur.

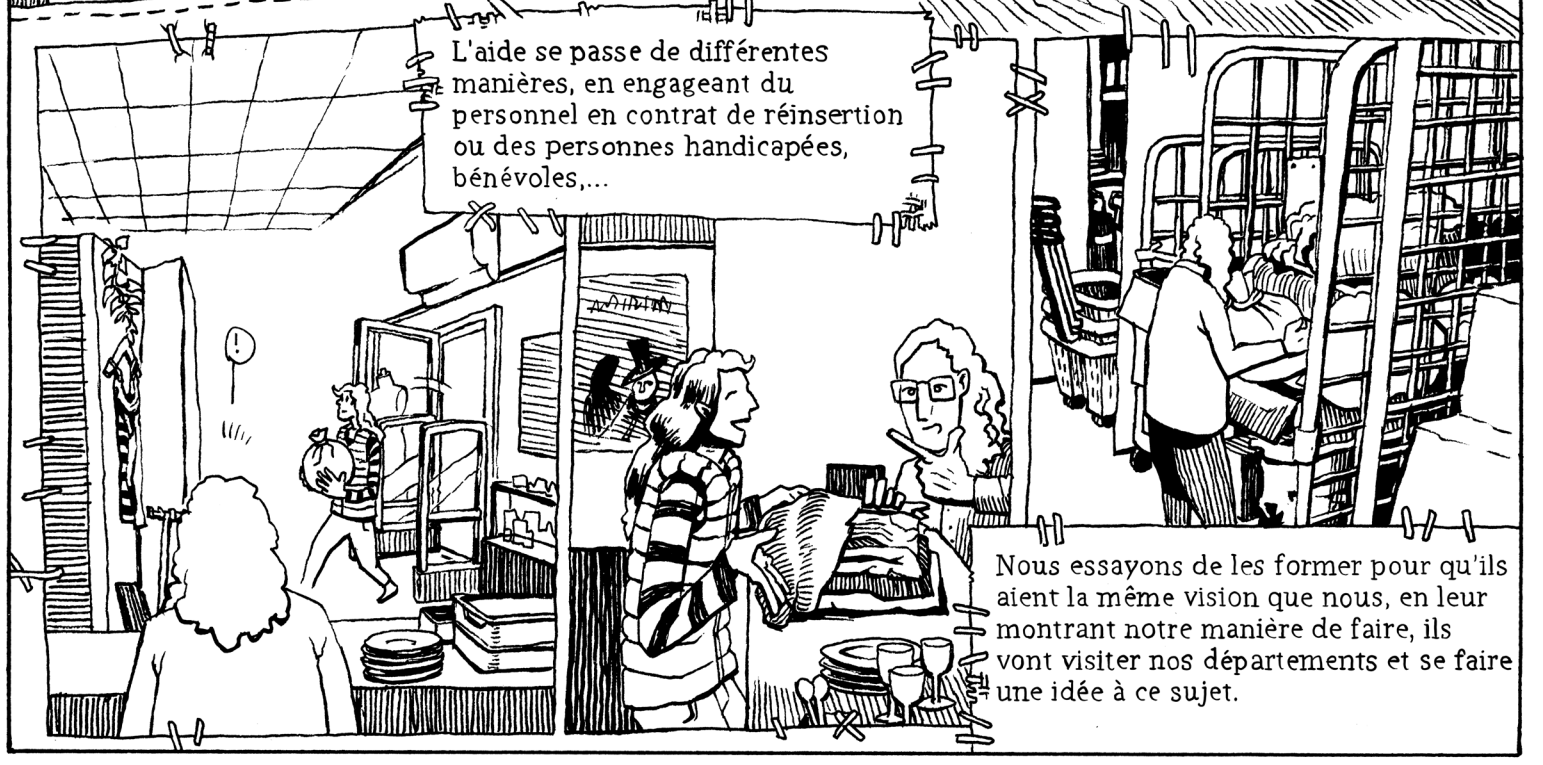
Un t-shirt à 5€ devient impensable par rapport au travail qu'on y donne.

Le temps est de 1h et 1m60 de tissu pour le t-shirt.

Le but n'est pas de refaire sa garde-robe, mais se rendre compte du travail en faisant quelques pièces.



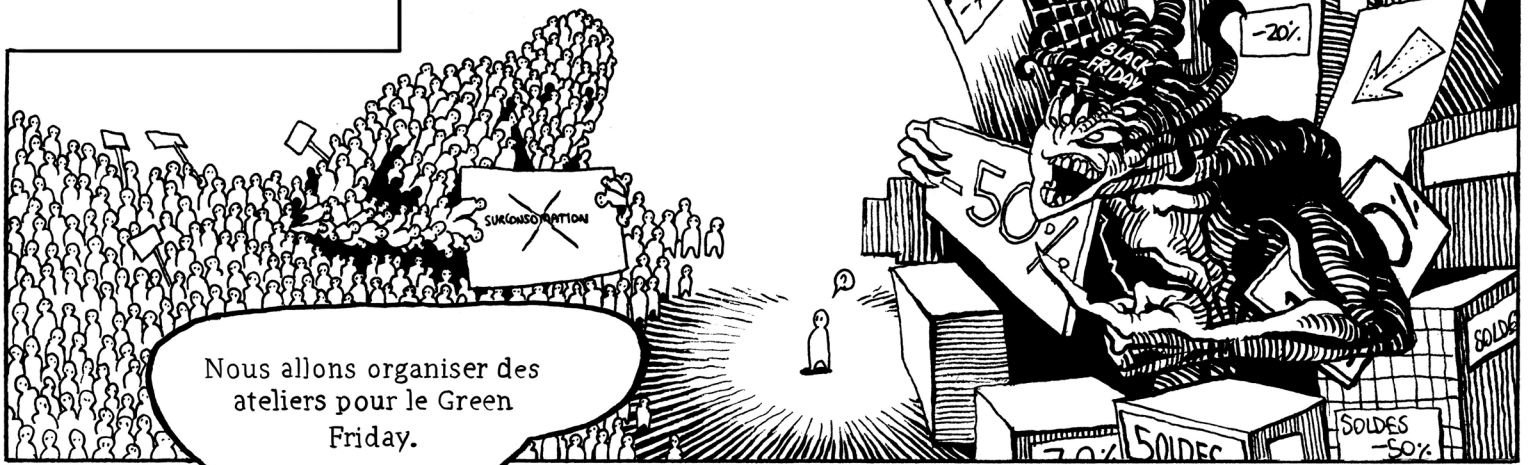
Petits riens : engagement avec les personnes dans le besoin, localement.



L'aide se passe de différentes manières, en engageant du personnel en contrat de réinsertion ou des personnes handicapées, bénévoles,...

Nous essayons de les former pour qu'ils aient la même vision que nous, en leur montrant notre manière de faire, ils vont visiter nos départements et se faire une idée à ce sujet.

GREEN FRIDAY VS
BLACK FRIDAY
(26/11/21)



Nous allons organiser des ateliers pour le Green Friday.



Toucher un maximum de personnes en leur montrant en quoi consiste l'upcycling.

Les créateurs et nous-mêmes allons faire le plus de bruit possible, pour toucher un maximum de personnes.



Green Fabrik
JOUR J



R-USE Fabrik
JOUR J

Nous allons essayer d'implanter le prix libre sur nos ateliers, pour attirer plus de monde.

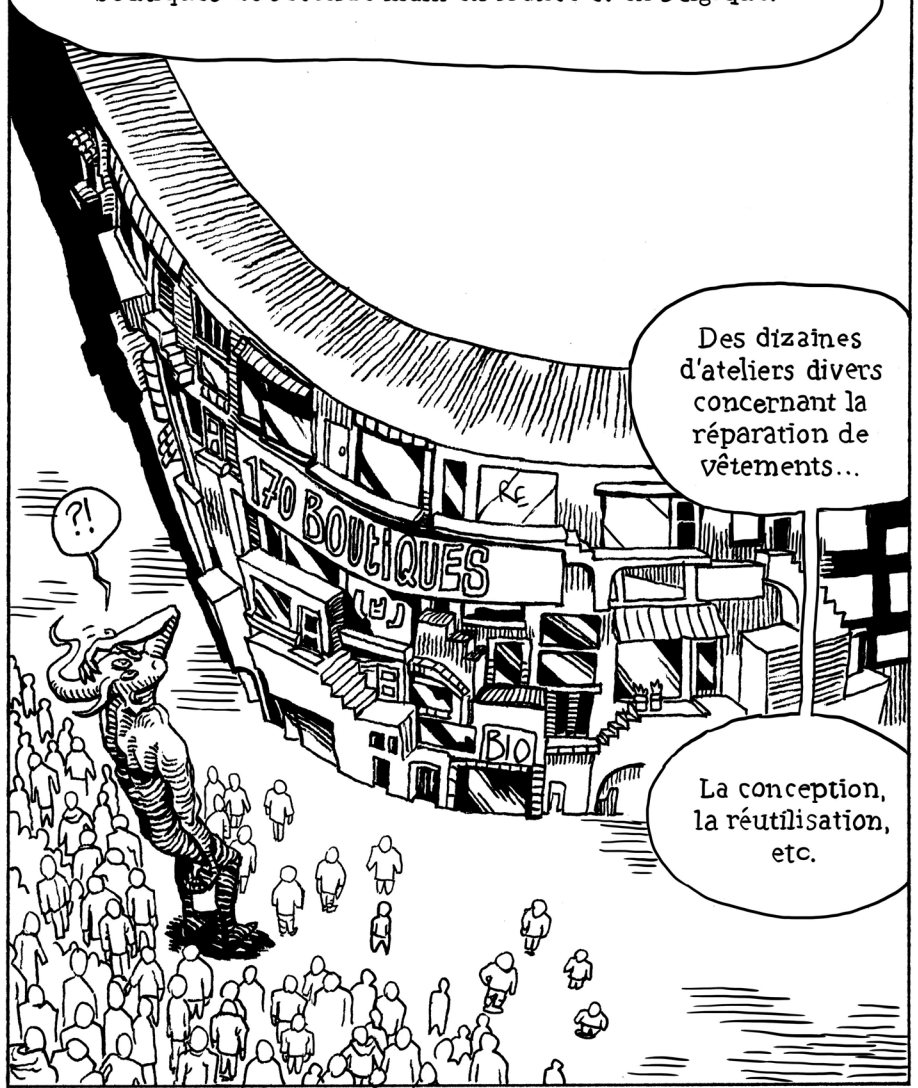


Les autres démarches utilisées sont les mêmes que durant l'année, la mobilisation ne s'arrête pas à un seul jour.

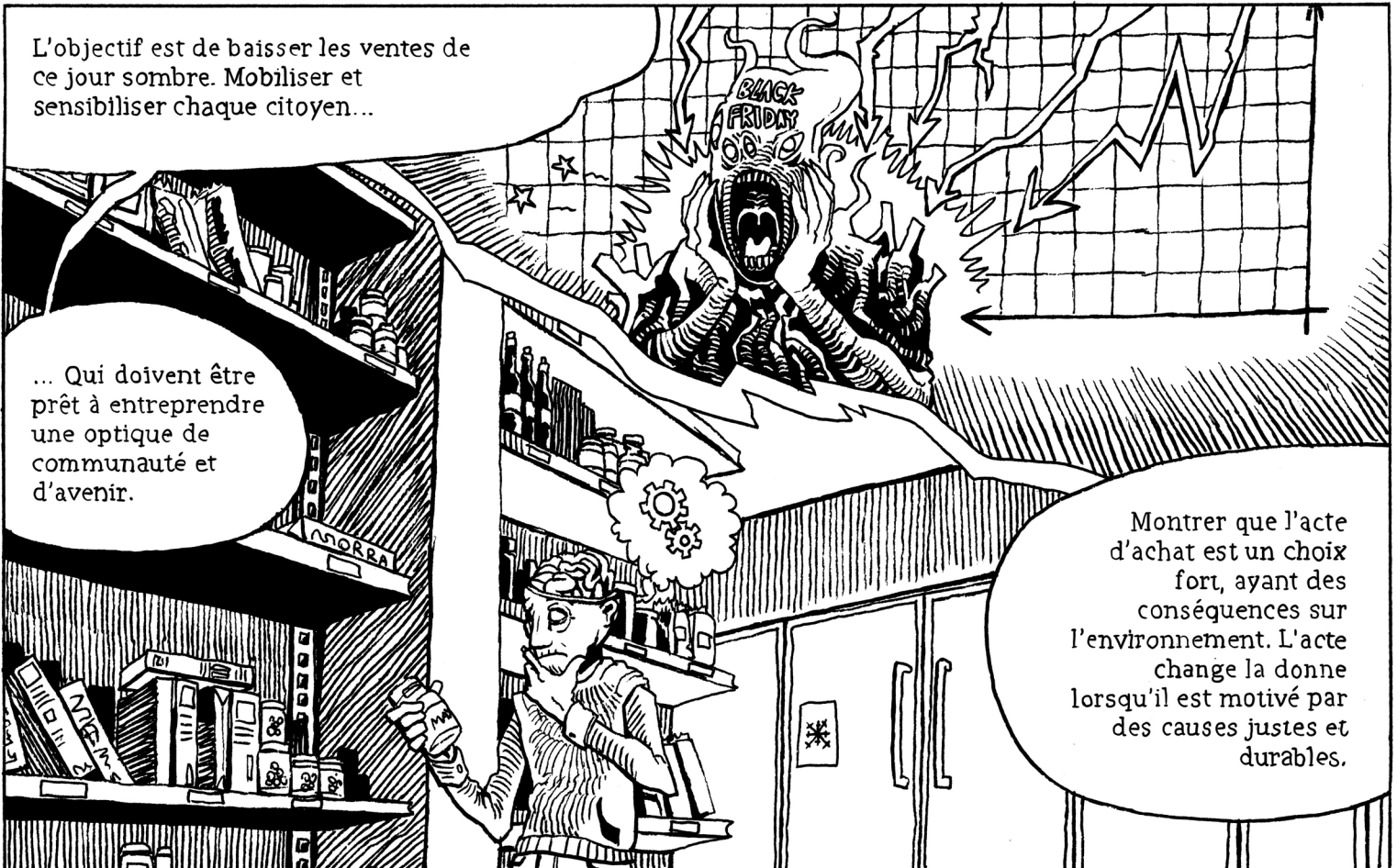
Le Green Friday veut que le Black Friday devienne un jour comme un autre, en évitant cette concentration de surconsommation.



Pour sa 5e édition le Green Friday mobilise plus de 170 boutiques de seconde main en France et en Belgique.



L'objectif est de baisser les ventes de ce jour sombre. Mobiliser et sensibiliser chaque citoyen...



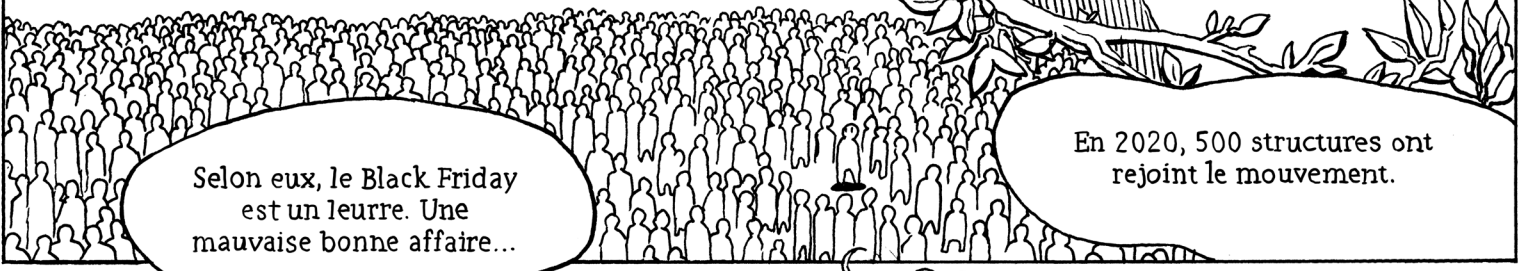
À l'initiative du réseau ENVIE en 2017.

Qui est devenu un collectif sous l'impulsion d'Altermundi, Dream Act et le Refer en 2018.

Le résultat qu'ils veulent obtenir est de redonner le pouvoir d'achat au consommateur dans la maîtrise de leurs actes.

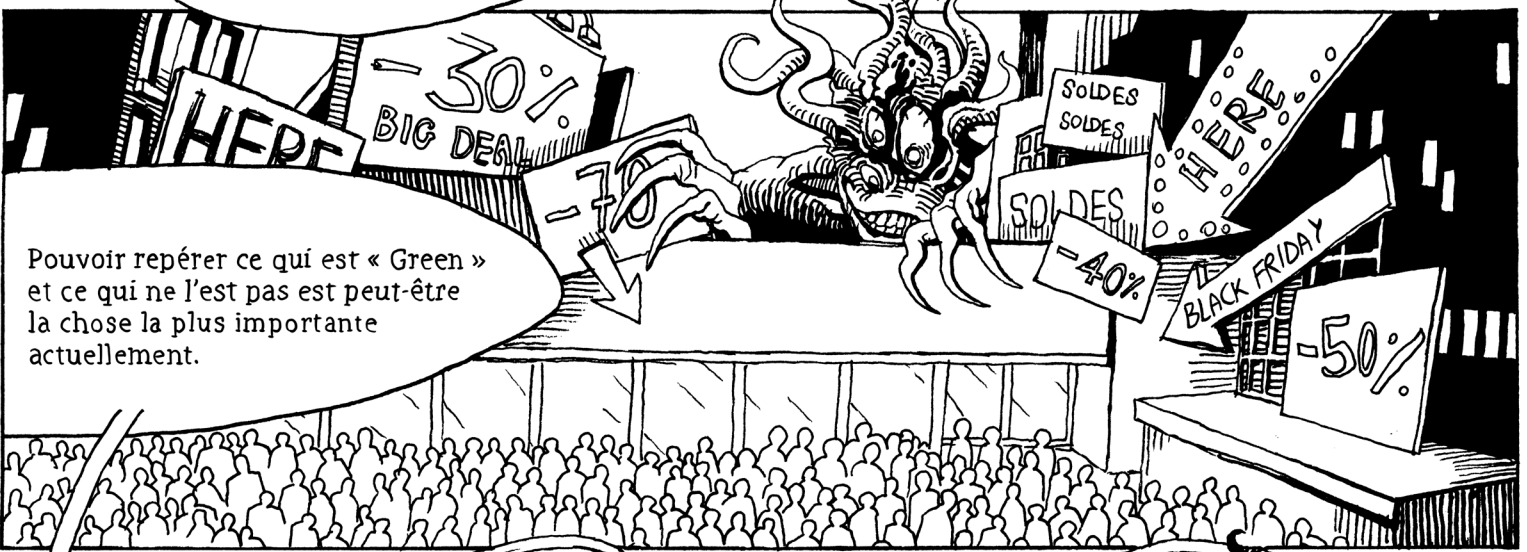


GREEN FRIDAY




Selon eux, le Black Friday est un leurre. Une mauvaise bonne affaire...

En 2020, 500 structures ont rejoint le mouvement.



Pouvoir repérer ce qui est « Green » et ce qui ne l'est pas est peut-être la chose la plus importante actuellement.



Le Greenwashing est notre plus grand fléau, certaines entreprises l'utilisent pour nettoyer leur image mais pas leurs actes.

Si l'on ne fait pas attention, le consommateur peut vite se faire avoir et contribuer à la surconsommation sans le savoir. Pouvoir faire la différence est certainement notre plus gros objectif.



Un feu ne s'éteint pas qu'avec de
l'eau, mais avec la détermination et
la volonté de l'éteindre

Quadrelli Matteo
Redivo Simon