

DÉCLICS

#14
juin
2013



OXFAM

Magasins du monde

et des claques

**JE CONSOMME,
TU CONSOMMES,
NOUS SUR-
CONSOMMONS...**



LES DESSOUS
DU VÊTEMENT DE SECONDE MAIN



Des DÉCHETS
porteurs D'EMPLOIS

SOMMAIRE

-  **NEWS** 3
-  **DOSSIER**
Les dessous du vêtement
de seconde main 4
-  **CHEZ VOUS**
Ils ne sont plus des moutons 8
-  **C'EST POSSIBLE !**
Repair Café
Bienvenue au royaume
de la débrouille 9
-  **REGARDS CROISÉS**
Des déchets porteurs d'emploi .. 10
-  **NOS PRODUITS**
Corr-The Jute Works :
Un projet en faveur
des femmes artisanes 12
-  **ZOOM**
Pourquoi Oxfam-Magasins du monde
vend les vêtements alors
qu'il les reçoit ? 14
-  **DÉCALÉ**
Ils ont osé ! 15

ÉDITO

LA RÉVOLUTION DES POUBELLES

Les poubelles en ont marre. Elles débordent d'objets encore utiles, encore beaux, trop vite produits, trop vite jetés, trop mal aimés. Et si ces poubelles se rebellaient ? Si elles faisaient leur printemps à elles et venaient déverser tout leur contenu dans notre salle à manger ?

Allez hop, fini le règne des humains, place au règne des déchets !

Sans blague, c'est ce qui risque d'arriver si on continue sur cette voie. Les signes ne trompent pas : dans le Nord-est du pacifique, entre la Californie et Hawaï, le capitaine Charles Moore a découvert en 1997 un « nouveau continent » de près de 3,5 millions de km², soit 114 fois la Belgique et plus de 5 fois la France ! Pas de terre ni d'habitants, non, juste des déchets plastiques flottants, amenés là par les courants marins... Un concentré de nos déchets, appelé à s'étendre de plus en plus.

Comment en est-on arrivé là ? Nous vivons dans un monde de paradoxes. Surabondance pour les uns, précarité pour les autres. Le système économique dominant engendre une surconsommation généralisée, tout en plongeant de plus en plus de personnes dans la pauvreté. Dans 200 ou 300 ans, les archéologues du futur décriront probablement notre époque comme la « civilisation du gaspillage ».

Face à ce non-sens, certains citoyens réagissent, en récupérant et valorisant les déchets (voir page 12).

Oxfam-Magasins du monde, à travers son activité de vêtements de seconde main, propose une alternative concrète à ce fléau de la surconsommation et du gaspillage (voir notre dossier en pages 4 à 7). Il en existe beaucoup d'autres, dans différents domaines. Comme cette idée d'un goedzak, venue des Pays Bas : au lieu de jeter les objets qui ne vous servent plus, vous les mettez dans un sac transparent, pour que les passants puissent choisir et se servir. Les pistes sont nombreuses, place à l'imagination !

Roland d'Hoop

BON D'ABONNEMENT A DECLICS ET DES CLAQUES

Nom et prénom :

Société (facultatif) :

Rue :

Code postal : ville :

Adresse mail :

Je souhaite m'abonner à la newsletter de Déclics
(inscrivez-vous sur www.omdm.be/newsletter)

Je souhaite recevoir gratuitement un exemplaire de Déclics
à mon adresse privée

Je souhaite recevoir gratuitement Déclics à l'adresse de ma
société, en 15 exemplaires

Bon à renvoyer par la poste à Oxfam-Magasins du monde -
Abonnement Déclics, 285 rue Provinciale, 1301 Wavre.

Votre adresse sera incluse dans notre base de données. La loi sur la vie
privée vous permet de consulter ou de rectifier les données vous
concernant dans le fichier ou de choisir de ne plus y figurer.

Rédaction:

Magazine d'Oxfam-
Magasins du monde
N°14, juin 2013
Paraît 4 fois par an.

Comité de rédaction:

Rédacteur en chef :
Roland d'Hoop-
Conseiller à la rédaction :
Saâd Kettani
Ont contribué à ce
numéro : Olivier Bailly,
Sandrine Debroux,
Valérie Dheur, Roland
d'Hoop, Catella Willi,
Chloé Zollman.

redaction@mdmoxfam.be
www.omdm.be/declics

Editeur responsable :

Denis Clérin,
Oxfam-
Magasins du monde,
285 rue Provinciale
1301 Wavre.

Graphisme : M. Riozzi
www.h2so4studio.com

Illustrations :

Vincent Riffart

© cover : Un homme au-dessus
d'un tas de vieux vêtements à
vendre, le long de la route de
Quetta, au Pakistan (Naseer
Ahmed/Reuters).

Imprimé sur papier
recyclé et FSC.

Ce magazine est réalisé
avec le soutien de la
Direction Générale
de la Coopération au
Développement.

UNE AUTRE
BANQUE
EST
POSSIBLE !

NEW B

NEW B : OPTEZ POUR L'ARGENT UTILE !



Créer une banque coopérative qui soit participative, transparente et qui investisse dans l'économie réelle, locale et durable... Des dizaines de milliers de personnes (dont des ONGs, des syndicats, des organisations sociales et environnementales) ont d'ores et déjà dit « oui » à ce projet de banque citoyenne. Selon les prévisions les plus optimistes, le cap des 10 000 coopérateurs n'aurait dû être atteint qu'en un peu plus de trois mois. Il l'a été en moins de deux jours. Réjouissant !

Comment participer à cet élan citoyen ? En achetant tout simplement une part de 20€ via le site de la banque. Vous serez alors coopérateur et aurez votre mot à dire sur l'avenir de cette banque pas comme les autres !

<http://www.jeprendspart.be>



OGM

ECOLOGIQUES LES PATATES ? ET QUOI ENCORE !

Le Vlaams Instituut Biotechnologie (VIB) n'hésite pas à présenter ses expériences OGM menées près de Gand comme autant de solutions vertes et écologiques ! Au vu des risques environnementaux que peuvent entraîner les OGM, c'est assez gonflé. Rien d'étonnant dès lors à ce que le VIB soit classé en 2ème position au «Greenwashing Award 2013» organisé par Climaxi, une coupole d'ONGs environnementales flamandes.

<http://tinyurl.com/d6ojrv>



CACAO

POUR QUE LES FEMMES NE SOIENT PLUS « CHOCOLAT »

Sensuelles, appétissantes, craquantes,... Les femmes posent souvent en stars dans les pubs pour le chocolat. Elles le sont beaucoup moins dans les plantations de cacao. Pour que les choses changent, Oxfam vous donne l'occasion d'interpeller les multinationales du chocolat afin qu'elles garantissent aux travailleuses une meilleure rémunération, un traitement plus juste, des opportunités de formation, la possibilité de devenir propriétaires des terres qu'elles travaillent... et bien plus encore.

Signez la pétition d'Oxfam adressée à Mars, Mondelez et Nestlé <http://oxf.am/UUd>



3 MILLIARDS

C'est le nombre de personnes qui pourraient vivre dans une situation de pauvreté extrême en 2050, si aucune action mondiale coordonnée n'est mise en place d'ici là pour éviter les catastrophes dues au réchauffement climatique.

Extrait du nouveau rapport de l'ONU sur le développement.

<http://hdr.undp.org/fr>



LES DESSOUS DU VÊTEMENT DE SECONDE MAIN

LORSQUE L'ON ÉVOQUE LES VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN, LES PREMIÈRES IMAGES QUI NOUS VIENNENT À L'ESPRIT SONT SOUVENT LES DÉPÔTS 'MINIMALISTES' DES ORGANISATIONS CARITATIVES, LES VITRINES BIGARRÉES DES FRIPIERS OU ENCORE LA PETITE VESTE CHINÉE À LA BROCANTE DU QUARTIER.

AU-DELÀ DE CES CLICHÉS, LA FILIÈRE DE VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN EST UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE CRÉDIBLE ET PROFITABLE. COMME POUR TOUTE ACTIVITÉ COMMERCIALE, ELLE COMPORTE SON LOT DE CONTRADICTIONS ET DE PARADOXES. CE DOSSIER A POUR OBJECTIF DE METTRE EN LUMIÈRE LES BONNES PRATIQUES MAIS AUSSI LES DÉRIVES AUXQUELLES LE SECTEUR EST CONFRONTÉ.

> LE SECONDE MAIN : UNE RÉPONSE À LA SURCONSOMMATION

La fréquence des modes et la qualité des vêtements sont le reflet des stratégies développées par les multinationales qui les fabriquent. Pour augmenter leurs ventes, et donc la consommation, ces dernières mettent au point des techniques visant à réduire la durée de vie des produits. Et en moins de temps qu'il n'en faut pour le dire, votre tout nouveau t-shirt se retrouve en piteux état tandis que votre nouvelle paire de chaussures est déjà démodée.

Contrairement aux apparences, le prix des vêtements discount est en réalité très élevé ! Une production croissante et des prix cassés nécessitent un approvisionnement continu de matières premières, associé à des coûts de production défilants toute concurrence. De l'usine à la poubelle, les produits ont une durée de vie toujours plus courte et épuisent notre planète aux ressources finies. Et si les coûts sociaux et environnementaux du vêtement ne sont pas inclus dans le prix final, le contribuable finit toujours par les payer en bout de chaîne.

À PEINE PORTÉ DÉJÀ DÉMODÉ...
PRÊT À JETER ?



La campagne 'Prêt à jeter ?' démontre que le secteur de la seconde main, notamment des vêtements, est un système économique alternatif qui refuse la logique de surconsommation en proposant une attitude d'éco-consommation.

> SECONDE MAIN ET COMMERCE ÉQUITABLE : DEUX DÉMARCHES COMPLÉMENTAIRES !

Il existe une multitude de manières d'adopter une attitude de consommation responsable. Parmi les initiatives pionnières, on retrouve le commerce équitable. Depuis toujours, Oxfam-Magasins du monde défend des modes de consommation et de production conscients et raisonnés, cohérents avec les enjeux sociaux et environnementaux actuels. Le vêtement de seconde main entre pleinement dans cette logique. Le commerce de seconde main d'un côté, le commerce équitable de l'autre : ces activités complémentaires sont des alternatives concrètes qui permettent aux citoyens d'agir de manière plus responsable.

Prolonger la vie d'un veston ou boire un verre de jus Worldshake, c'est refuser l'acte d'achat impulsif, soumis au diktat de la publicité. C'est opter pour la solidarité avec les populations marginalisées au Nord et au Sud. Nos modes de consommation ont une influence sur notre manière de vivre : il est donc primordial de les utiliser à bon escient. Des alternatives concrètes existent pour que l'individu soit un citoyen, avant d'être un consommateur !

> LE SECONDE MAIN, UNE NOUVELLE TENDANCE ?

En 1992, les Petits Riens lançaient à Bruxelles leur premier défilé de mode de seconde main. A l'époque, rien ne laissait présager que les amateurs de mode et de design allaient s'enthousiasmer pour ce rendez-vous devenu incontournable. Car aujourd'hui, les 'modeux' se sont accaparé le vintage pour lancer de nouvelles tendances. Dans la foulée, des myriades de boutiques de vêtements vintage ont fleuri dans les quartiers branchés bruxellois. Mais à un jet de pierre des quartiers branchés, les magasins 'classiques' de seconde main n'ont pas vraiment bénéficié de cet essor.

QUAND LE VINTAGE DEVIENT UNE MODE

Si le vintage, avec ses prix parfois exorbitants, est bien du seconde main, il s'agit avant tout d'un art de s'habiller, solidement ancré dans une logique de tendance qui, comme toute tendance, change, évolue et appelle la consommation voire la surconsommation, et n'entraîne pas une réflexion sur celle-ci.

Pourtant, si les puristes se sont enthousiasmés pour le vintage, c'est parce qu'ils ont été séduits par la qualité des tissus et de la confection et par son côté 'intemporel', dépassant la mode. Mais avec le succès de masse du vintage, on constate que l'achat est plus motivé par la recherche d'un style ou d'une identité vestimentaire que par une réflexion sur la consommation.



© Tim Bret Day/Oxfam

Lorsque les chaînes de prêt-à-porter récupèrent le seconde main vintage pour en faire une tendance, elles se moquent du consommateur et ne font qu'encourager la surconsommation. Assez éloigné des préoccupations du seconde main !

GARE AU 'SECONDE MAIN' NEUF

Le secteur du prêt-à-porter neuf reprend, copie, amplifie les nouvelles tendances à la vitesse de l'éclair. Pour continuer à croître, il doit constamment amener de la nouveauté pour nous inviter à acheter toujours un peu plus. Les jeunes et moins jeunes branchés aux petits budgets se sont donc empressés de dévaliser les rayons de ces collections de tendance rétro mais faussement vintage. De l'esprit de qualité et de durabilité de ceux-ci, il ne reste pas grand-chose. Cerise sur le gâteau : des grandes chaînes nous permettent de (sur)consommer tout en ayant bonne conscience. Certaines d'entre elles nous proposent un bon d'achat en échange de notre paire de chaussures usagées : de quoi activer à nouveau le désir d'acheter !



Centre de tri de l'asbl Terre à Herstal.

> LE TANDEM SECONDE MAIN/ ÉCONOMIE SOCIALE MIS À MAL

En Belgique francophone, le secteur du seconde main, de la collecte au tri, est en grande partie géré par des entreprises d'économie sociale, fédérées au sein du réseau Ressources. Chaque organisation défend les principes de l'économie sociale, à savoir œuvrer pour un développement économique, social et respectueux de l'environnement.

UNE DÉMARCHE QUI POSE QUESTION

En octobre 2012, H&M annonce son intention de réaliser une collecte de vêtements usagés via ses magasins. L'information est largement relayée par les médias et la blogosphère qui s'enthousiasment d'une telle initiative. Mais deux mois plus tard, lorsque la chaîne dévoile le mode de fonctionnement de son opération de collecte, les opérateurs de textile de seconde main du secteur de l'économie sociale en Europe s'allient pour réagir et dénoncer cette initiative. Le secteur s'indigne de la délocalisation de l'activité, sans aucun partenariat et ancrage local, de la centralisation du processus et de son coût écologique.

QUI GÈRE VRAIMENT LA COLLECTE H&M ?

H&M a conclu un accord avec la société anonyme suisse I:collect, spécialisée dans la collecte de vêtements sur des lieux de vente. I:collect est membre du consortium SOEX group qui se présente comme le groupe le plus grand et le plus expérimenté au monde dans le traitement de vêtements de seconde main, même s'il n'existe que depuis cinq ans. L'ensemble des biens collectés par I:collect est redirigé vers l'unique centre de tri et traitement du groupe. Celui-ci est basé en Allemagne (50km au nord de Leipzig) et traite environ 272 tonnes de vêtements par jour grâce à 550 employés. Ceux-ci travaillent en trois shifts, 24heures/24 et 7jours/7, sur une chaîne de production ultra moderne et mécanisée. SOEX ne communique pas sur l'utilisation des vêtements réutilisables après la phase de tri.

ANCRAGE LOCAL

En 2011, l'asbl Terre et Oxfam-Solidarité publient un communiqué de presse pour dénoncer le phénomène de délocalisation observé dans le secteur du seconde main qui risque de mettre à mal les entreprises d'économie sociale actives dans le secteur. De plus en plus d'opérateurs, qui ne sont souvent pas reconnus par les autorités, réalisent des collectes, parfois illégalement, sur le territoire belge et exportent directement la matière à trier vers Dubai, Taiwan ou la Tunisie où les coûts de main-d'œuvre sont drastiquement réduits. La question du travail décent et de la délocalisation des emplois se pose donc aussi dans le secteur du seconde main.

À l'heure actuelle, rien ne permet de savoir si SOEX recourt à ces techniques d'exportation. Mais ce qui est certain, c'est que par son choix de partenariat unique avec SOEX, l'entreprise n'utilise pas les ressources qui existent localement. Conséquence : les entreprises d'économie sociale craignent un essoufflement de cette filière qui déplace massivement les vêtements à trier. Un tel système n'est viable que parce que le marché mondial de la fripe reste porteur et que les transports sont 'bon marché'.

Lorsque le vent aura tourné, et malgré leurs décennies d'expérience, les organisations d'économie sociale risquent en effet de se retrouver fragilisées au sein d'un marché démembré. Leurs missions sociales seront alors mises en péril avec des conséquences socio-économiques graves sur les communautés, principalement en ce qui concerne la création d'activités et d'emplois à l'échelon local.

UN MARCHÉ DU SECONDE MAIN NON-ÉCOLOGIQUE

Le groupe SOEX se targue d'une mission 'zero waste' (littéralement, zéro déchet), avec un taux de reconversion de 98% des vêtements traités. Cependant, aucune mention n'est faite de l'énergie grise dépensée dans un processus industriel (transport, usinage) où la forte mécanisation est mise en avant. L'empreinte écologique d'un produit se calcule pourtant sur l'ensemble de son parcours, incluant tant son énergie grise que l'énergie dépensée lors de la production.

CONCENTRATION DE L'ACTIVITÉ

La concentration de l'activité, c'est-à-dire le fait que l'ensemble des vêtements soient triés en Allemagne, a un impact écologique non négligeable mais son impact socio-économique est sans doute plus important encore. Malgré ses faiblesses et ses imperfections, le secteur de l'économie sociale du textile de seconde main en Wallonie représente 580 emplois pour 23.000 tonnes traitées annuellement. Il s'agit également de 95 magasins répartis sur tout le territoire wallon qui remettent en vente à prix abordables les vêtements en bon état. Ce sont enfin des projets au Sud comme au Nord soutenus grâce aux bénéficiaires du secteur. Le secteur ne craint pas l'avenir de la fripe mais il craint que le modèle de l'économie sociale ne soit marginalisé.

> PAS DE FRONTIÈRES POUR LA FRIPE

Invenus ou jugés non vendables dans nos contrées, de nombreux vêtements sont exportés vers l'Europe de l'Est ou les pays du Sud, le plus souvent vers l'Afrique. Les conteneurs remplis de ballots sont importés par des fripiers basés en Afrique ou dans les Emirats. Une fois parvenus sur le continent africain, les ballots sont vendus à des semi-grossistes ou à des détaillants qui, à leur tour, vendent la marchandise sur les marchés des villes et villages.

UNE HISTOIRE QUI NE DATE PAS D'HIER

La fripe fait l'objet d'un commerce international depuis le XIX^e siècle. Après l'Europe, les colonies deviennent rapidement le débouché pour les vêtements dont les métropolitains ne veulent plus. Au lendemain de la Seconde guerre mondiale, avec l'augmentation du pouvoir d'achat des populations occidentales et la baisse du prix des vêtements, les dons de vêtements usagés montent en flèche. Les organisations caritatives ne les donnent plus prioritairement aux populations précarisées locales, préférant les vendre afin de financer leurs divers projets.

DUMPING TEXTILE, VRAIE-FAUSSE IDÉE ?

Avec les années 1980 vient la libéralisation des marchés du Sud. Le prix des habits baisse à mesure que l'offre augmente. Le volume des exportations de fripes explose et est accueilli à bras ouverts par les populations appauvries par les mesures des plans d'ajustement structurel. Ces programmes avaient comme objectif l'intégration des économies du Sud dans le marché mondialisé, mais, en prônant notamment la privatisation de secteurs tels que la santé, l'éducation et le social, et donc la réduction des politiques sociales, ils eurent des effets sociaux désastreux. Le déclin des industries textiles africaines a souvent été attribué à l'essor de la fripe alors qu'il n'est qu'une des conséquences de ces programmes d'ajustement structurel.



C'est précisément eux qui ont ouvert les marchés africains aux importations de textile tant de seconde main que neuf, notamment le textile asiatique à bas prix. La privatisation des firmes textiles, leur mauvaise gestion et le manque de capitaux de départ n'ont par ailleurs pas permis à l'industrie textile africaine de décoller.

LA FRIPE A-T-ELLE ENCORE DE BEAUX JOURS DEVANT ELLE ?

Dans certains pays, comme au Cameroun, l'intérêt des consommateurs s'est déplacé vers les produits issus du marché asiatique. Neufs et de surcroît souvent conçus à destination du marché africain, ils s'adaptent donc mieux aux modes et tendances locales. Au Mozambique, par contre, le vêtement de seconde main garde toute sa valeur car vendeurs et consommateurs savent qu'il est généralement de meilleure qualité. Il peut donc être vendu plus cher. Cela conduit certains vendeurs à acheter de la marchandise neuve venue d'Asie pour la travestir et la vendre parmi des produits de seconde main au prix de ces derniers. Au Kenya, par contre, vêtements neufs et usagés sont souvent ouvertement vendus ensemble mais le prêt-à-porter de seconde main se vend plus rapidement. Même si la situation diffère d'un pays à l'autre, le prêt-à-porter neuf et bon marché de qualité médiocre gagne en popularité et devient donc le réel concurrent de la fripe.

Oxfam a lancé au Sénégal l'entreprise sociale 'Frip Ethique'. Ce projet permet de fournir de l'emploi à Dakar et de générer un profit pour soutenir des programmes d'Oxfam en Afrique de l'Ouest.



AGIR POUR FAIRE ÉVOLUER LA CONSOMMATION DE VÊTEMENTS : TEL EST LE DÉFI RELEVÉ PAR LA CLASSE DE 5ÈME PRIMAIRE DE L'ÉCOLE AL GHAZALI D'ETTERBEEK. PARTICULIÈREMENT MOTIVÉS, LES ÉLÈVES DE CLAIRE DUPUIS ONT AINSI VOULU COMPRENDRE ET FAIRE COMPRENDRE QUE NOS VÊTEMENTS PEUVENT AVOIR UNE SECONDE VIE. DEPUIS SEPTEMBRE 2012, DIX CLASSES DE 5ÈME ET 6ÈME PRIMAIRE SE SONT LANCÉES DANS UN PROJET INITIÉ PAR OXFAM-MAGASINS DU MONDE : « ON N'EST PAS DES MOUTONS : POUR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE ».



Sandrine Debroux

ILS NE SONT PLUS DES MOUTONS !

« De par leur culture, explique Claire Dupuis, nos élèves savent qu'il est important de ne pas gaspiller ni de jeter ce qui peut être encore utilisé. Mais nous voulions aller plus loin : leur donner des pistes concrètes pour réparer leurs vêtements, prolonger leur durée de vie ».

Sensibilisés à cette thématique, les élèves ont participé à plusieurs ateliers au cours desquels ils ont appris à réparer leurs vêtements, à coudre des boutons, à tricoter, à confectionner un tapis avec des vieux T-shirts et des tissus usés. Des mamans d'élèves se sont même prêtées au jeu et ont participé à la réalisation des ateliers. Beaucoup d'enthousiasme et de belles réalisations !

DU CHANGEMENT DANS L'AIR ?

Selon l'institutrice, il est difficile d'évaluer la portée de ce genre d'action. « Il n'est pas évident de savoir si les élèves vont modifier leurs habitudes de consommation en achetant moins de vêtements.

Durant la réalisation des défis, ils étaient tous très motivés [pour acheter moins] mais on ne peut pas vraiment mesurer les impacts en dehors de l'école. On espère que oui, bien sûr! C'est en tapant sur le clou que ça va rentrer ! ».

Du côté des élèves, les enjeux sont, semble-t-il, bien assimilés même si l'alternative du seconde main est souvent perçue comme un peu poussiéreuse : « On est jeunes, donc on fait attention à la mode. Comme les magasins de seconde main n'ont pas un grand choix de vêtements, on n'est pas sûr de bien s'habiller ! ». Il y a donc encore du travail en perspective. Toutefois, grâce à cette action, les élèves ont pris conscience qu'il était important de faire attention à leur consommation de vêtements et ils se disent prêt à réitérer l'expérience!

Pour tout savoir sur le projet et ses résultats : <http://onnestpasdesmoutons.omdm.be>



Roland d'Hoop

REPAIR CAFÉ

BIENVENUE AU ROYAUME DE LA DÉBROUILLE !

REDONNER VIE À UN OBJET DESTINÉ À LA POUBELLE... LES MISSIONS QUE S'ASSIGNENT LES REPAIRS CAFÉS TIENNENT DÉCIDÉMENT DU PARI SUR L'IMPOSSIBLE. ALORS QUE TOUT NOUS POUSSE À « ACHETER PUIS JETER », D'AIMABLES ILLUMINÉS ONT DÉCIDÉ DE PASSER LEUR TEMPS À RESSUSCITER UN TOASTER GRILLÉ, UNE CHEMISE DÉCHIRÉE... VOIRE UNE POUPÉE CASSÉE. ET LE TOUT POUR PAS UN ROND, OU PRESQUE ! BIENVENUE AU ROYAUME DE LA DÉBROUILLE ET DES RÉPARATEURS DE RÊVES.

DE L'HUMAIN, PAS DE L'ARGENT

Bruxelles, Ath, et bientôt Soignies et Mons... les repair cafés font tache d'huile. Mais d'où provient cette énergie qui poussent ces bricoleurs bénévoles à redonner vie à des objets classés comme périmés ?

Pour Isabelle, l'une des initiatrices du repair café d'Ath, il est important de trouver des idées neuves en période de crise. Des idées qui rapprochent les gens, quel que soit leur pouvoir d'achat. « *Les bénéficiaires donnent ce qu'ils veulent* », précise-t-elle. « *On est parfois surpris car certains sont assez généreux. Mais ce qui compte, c'est surtout de montrer aux gens qu'eux aussi peuvent dépasser leurs craintes et apprendre à réparer plutôt qu'à jeter* ». Gérard parle lui d'un nouveau regard à porter sur l'économie : « *il n'y a pas que l'argent dans la vie ! Ici, on fonctionne sans moyens ou presque. Tout se base sur la convivialité, la solidarité, l'humain. C'est magnifique de parvenir à réparer un vieux tourne-disque des années 50, et de voir des visages heureux repartir avec un objet qui fonctionne !* ».

OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

Certains objets sont conçus pour ne pas durer. C'est ce qu'on appelle, en langage savant, l'obsolescence programmée. Ainsi, Gérard, bénévole au repair café d'Ath, se rappelle d'un toaster impossible à démonter. « *Les fabricants ne veulent pas que les gens réparent, ils préfèrent les voir jeter et acheter un nouvel objet. Certaines imprimantes contiennent même une puce électronique prévue pour provoquer une panne après un certain nombre de copies. Face à cela, nous devons faire preuve de créativité pour déjouer les pièges des fabricants* ».

COMMENT LANCER UN NOUVEAU REPAIR CAFÉ ?

Etape 1 :

Trouvez une bande d'amis ou connaissances, de préférence un peu bricoleurs, et qui aiment les défis.

Etape 2 :

Contactez l'association Stichting Repair Café à la base du concept, sur le site www.repaircafe.be/fr/. Cette association néerlandaise soutient l'implantation de nouveaux repair cafés en Europe, en fournissant un 'mode d'emploi' bien détaillé, des affiches ou tracts de promotion ainsi que la publicité sur le site internet. Avec trois conditions : utiliser le logo, le nom 'repair café' et mentionner le site général du projet dans toute communication.

Etape 3 :

Lancez un appel, via des annonces dans les gazettes locales, dans les commerces, sur Facebook... pour trouver des 'experts' bénévoles. Le mot 'expert' désigne ici des citoyens capables de réparer toutes sortes d'objets, du vêtement usagé à la radio cassée, en passant par le vélo crevé ou l'ordinateur planté.

Etape 4 :

Trouvez un lieu, si possible gratuit, où l'on peut inviter, une fois par mois, les citoyens. L'idéal est un lieu convivial, où l'on peut à la fois faire les réparations, mais aussi boire un verre et manger un bout de gâteau.

Etape 5 :

Ca y est, vous êtes maintenant prêts pour vous lancer dans l'aventure ! Il ne vous reste plus qu'à envoyer les invitations, faire un maximum de pub autour de vous et attendre vos premiers visiteurs !

Ath, la cité des géants, la capitale du pays vert... et la ville du premier repair café wallon ! Pas si étonnant que ça, puisque Ath est aussi engagée dans le mouvement des villes en transition, qui vise à préparer l'ère de l'après pétrole. Beaucoup de projets sont déjà en cours. Pour en savoir plus : <http://athentransition.over-blog.org/>

DES DÉCHETS PORTEURS D'EMPLOIS

SOMMES-NOUS CONDAMNÉS À ÊTRE SUBMERGÉS PAR DES MONTAGNES DE DÉCHETS ? OU POUVONS-NOUS LES RECYCLER TOUT EN CRÉANT DE L'EMPLOI ? POUR RÉPONDRE À CES QUESTIONS, À LA FOIS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES, NOUS AVONS INTERROGÉ HADA RUBIA SILVA, PRÉSIDENTE DE COOPCARMO AU BRÉSIL, ET MARC DETRAUX, DIRECTEUR DE LA RESSOURCERIE NAMUROISE.

Propos recueillis
par Chloé Zollman
et Roland d'Hoop



Hada Rubia Silva,
présidente de
Coopcarmo (Rio de
Janeiro, Brésil)

Coopcarmo est un ancien partenaire de l'ONG Autre Terre, actif dans le ramassage et le tri de déchets recyclables dans deux communes de Rio de Janeiro. La coopérative sociale a été créée par une vingtaine de travailleuses qui sensibilisent elles-mêmes les habitants des quartiers au sein desquels les déchets sont collectés.

Marc Detraux,
directeur de la
Ressourcerie (Namur)

Lancée en octobre 2005, la Ressourcerie namuroise vise à produire des biens et des services dans le domaine de l'environnement, tout en favorisant l'insertion professionnelle et la formation de personnes qui ont des difficultés à intégrer le marché de l'emploi. Elle reçoit en 2008 le Grand prix wallon de l'entrepreneuriat et en 2009 le Prix de l'économie sociale. L'association fonctionne à la fois avec des demandeurs d'emploi et des personnes mises à disposition par les CPAS dans le cadre de l'article 60.

Comment vous est venue l'idée de vous lancer dans la récupération de déchets ?

Hada : L'idée était de surmonter la barrière du chômage. Toutes les femmes concernées n'avaient jamais travaillé avec des matières recyclables. C'était surtout une façon de les impliquer dans le marché du travail.

Marc : J'ai travaillé pendant dix ans dans le tri des déchets plastiques avec des personnes handicapées et je voulais pérenniser cette activité. Le projet a évolué vers les déchets encombrants, puis s'est élargi à un public de personnes dont les compétences n'étaient pas reconnues. L'objectif est devenu plus ambitieux que l'aspect environnemental : nous voulions aussi créer des emplois durables.

Est-ce un secteur où l'on peut réellement créer de l'emploi ?

Hada : Oui, ce secteur est porteur d'emplois. Comme pour les industries de transformations, une série d'activités peuvent être développées autour du recyclage : de l'achat du matériel recyclé, à la collecte sélective, en passant par l'artisanat, la ferraille et le ramassage des déchets.

Marc : Chez nous aussi, notre projet fonctionne parce que l'entreprise a été créée sur une base entrepreneuriale. Nous sommes tournés vers la satisfaction du client et notre service est rémunéré au coût réel. Ce mode de fonctionnement nous permet d'engager les personnes et de valoriser leurs compétences : conduite de camions, manutention, nettoyage, tri et reconnaissance des déchets, tenue d'un magasin, comptabilité, call centre, ...



**Que pensez-vous de la surconsommation ?
Finalement, ne dépendez-vous pas de cette
surconsommation, en valorisant les déchets ?**

Hada : Nous savons très bien que nous avons besoin de la surconsommation pour notre travail, mais nous savons aussi que la question des déchets reste un problème très sérieux. La planète appelle à l'aide. Nous travaillons sur l'ensemble des 3R : réutiliser, réduire, recycler.

Marc : Si la surconsommation nous apporte la quantité de déchets (majorité de nos fonds propres), elle ne nous assure pas la qualité (la réutilisation, notre plus-value principale, qui justifie le choix des pouvoirs publics pour le type de service que nous offrons). Et puisque nous ne pouvons maîtriser cet aspect des choses, nous voulons rester proactifs pour trouver de nouvelles filières et de nouvelles activités.



**Comment peut-on sensibiliser les pouvoirs
publics à la question des déchets ?
Menez-vous des actions en ce sens ?**

Hada : À l'heure actuelle, on parle beaucoup de la question des déchets au Brésil. Les pouvoirs publics savent qu'ils ont un rôle fondamental à jouer. À Rio de Janeiro, l'année passée, le pouvoir public a fermé la plus grande décharge d'Amérique latine, la décharge de Gramacho, dans la municipalité de Xacias. Cette fermeture a créé de nombreux problèmes, parce que beaucoup de ramasseurs de déchets se sont retrouvés sans travail. L'autre site qui devait traiter ces déchets n'a pas pu les gérer. Pour éviter ce type de problème, nous essayons de sensibiliser les gens autant que possible, tout en recherchant l'appui du gouvernement.

Marc : Sensibiliser sans apporter de solution concrète n'a pas de sens ! Notre activité de collecte et de traitement des déchets démontre que 10 % des déchets collectés sont réutilisés et 60 % valorisés. Les magasins que nous gérons - dont le slogan est 'Seconde main, première qualité' - apportent la touche de plaisir à l'action d'éco-consommation. La satisfaction de nos clients est notre meilleur vecteur de communication.

**Mais comment peut-on réellement sensibiliser
les consommateurs ?**

Hada : La sensibilisation de la population aux questions de surconsommation est la partie la plus difficile de notre travail. Au Brésil, le pourcentage des personnes qui se sentent concernées par cette problématique est encore très faible. La plupart ne veulent pas s'impliquer.

Marc : Paradoxalement, c'est dans nos magasins que les consommateurs se rendent compte de l'histoire des articles qu'ils achètent. C'est là que débute leur 'réveil'. Nous faisons aussi passer le message au travers d'événements festifs et conviviaux (ventes, démonstrations et ateliers créatifs) quatre dimanches par an. En mars de cette année, nous avons organisé le premier salon du réemploi qui a rassemblé en trois jours près de 18 000 personnes dans le hall d'exposition de la ville de Namur, autour de plus de 50 exposants.

La collecte sélective des déchets n'est-elle pas un luxe, dans un contexte de crise économique? Est-ce que cette pratique s'ancre réellement dans les mentalités ?

Hada : Ce n'est pas un luxe. Nous ne pouvons pas oublier que la collecte sélective réduit considérablement le volume de déchets apportés dans les sites d'enfouissement. Tout le monde n'est malheureusement pas intéressé, et beaucoup de gens pensent que c'est un non-sens car c'est un problème qui ne relève que des pouvoirs publics.

Marc : En Belgique, les mentalités ont changé positivement, même si la question du luxe pourrait bien devenir pertinente face à la crise. Pourtant, l'engouement de la population pour le réemploi laisse penser que le tri est tout simplement une question de bon sens ancrée dans l'esprit de beaucoup, et pas seulement des pouvoirs publics. C'est bon signe... à nous d'en profiter, de rester à l'écoute de la demande et d'y apporter une solution.

**Hada Ribia Silva
présentera son
projet dans le cadre
des vins fromages
d'Oxfam-Magasins
du monde
du 17 au 21 juin.
Plus d'informations
sur www.omdm.be**

Quelle place accordez-vous à la sécurité de vos travailleurs et à leur participation au projet ? Ont-ils leur mot à dire dans la prise de décision ?

Hada : Notre gestion est démocratique et participative. Une fois par an, nous avons notre AG ordinaire. Lors de la dernière AG, en mars 2013, nous avons eu des élections dans la coopérative pour choisir une nouvelle présidente. Il ne fait aucun doute que la participation de tous est très importante. Cela permet à chacun d'être respecté et de participer à l'ensemble du processus.

Marc : La culture d'entreprise à La Ressourcerie namuroise est le respect de chacun fondé sur un dialogue constant. Au quotidien, les décisions de terrain sont prises le plus souvent par réajustements informels face à une situation problématique. Chacun propose une manière de procéder au mieux, en fonction de la réalité de son travail et en tenant compte des contraintes de l'autre. Sans chercher l'autogestion, ni le consensus systématique, on choisit plutôt l'adhésion maximum à la décision (modèle de la 'sociocratie').

BANGLADESH UN PROJET EN FAVEUR

FONDÉE EN 1973, L'ORGANISATION CORR - THE JUTE WORKS A ÉTÉ CRÉÉE POUR AIDER LES MILLIERS DE FEMMES TOUCHÉES PAR LA GUERRE D'INDÉPENDANCE CONTRE LE PAKISTAN. A CETTE ÉPOQUE, LA FABRICATION DE PRODUITS EN JUTE PERMETTAIT AUX FEMMES DE TIRER DES REVENUS D'UN ARTISANAT TRADITIONNEL. AUJOURD'HUI, L'ORGANISATION ÉTEND SON CHAMP D'ACTIVITÉ POUR ACCOMPAGNER L'ÉMANCIPATION DE CES FEMMES.

En 1971, le Bangladesh (Pakistan oriental) accède à son indépendance après une lutte acharnée contre l'Etat central du Pakistan. Malgré cette liberté retrouvée, le pays demeure encore très traditionaliste et ne reconnaît aucun droit aux femmes. L'organisation caritative CORR - The Jute Works s'organise alors pour encourager les productrices à participer de manière active à la gestion de leurs entreprises.



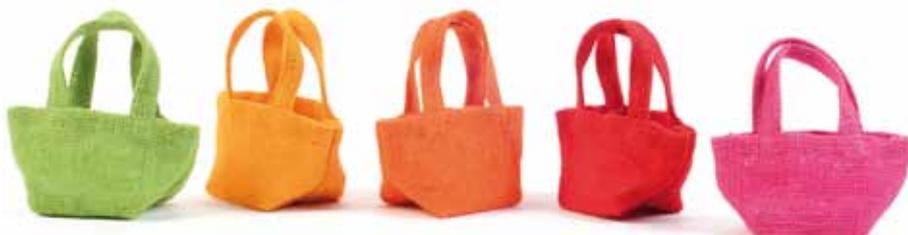
Le Bangladesh a fait beaucoup de progrès depuis quelques années au niveau social : le taux de scolarité est en progression, y compris pour les femmes, tout comme l'indice de développement humain. Mais cette évolution est surtout visible en ville. Beaucoup de villages n'ont toujours pas accès à l'électricité ni aux infrastructures de santé. Le pays souffre énormément des effets du changement climatique : on a compté 219 catastrophes naturelles entre 1980 à 2008. Paradoxalement, cette situation difficile a fait du Bangladesh un leader mondial en matière de gestion des catastrophes et de réduction des risques.

«Mon rêve est devenu réalité. Beaucoup d'entre nous sont très pauvres. Mais nous pouvons changer nos vies à travers des activités génératrices de revenus.»

Haricha Begum, artisane chez CORR - The Jute Works

UNE AIDE PLURIELLE

En plus des formations professionnelles qu'elle dispense aujourd'hui, l'organisation mène de vastes programmes d'éducation et de conscientisation (hygiène, planning familial, gestion des ressources). Elle distribue aussi des semences pour la culture maraîchère et participe financièrement à l'équipement en eau potable. L'aide qu'elle apporte aux artisanes pour exporter leurs produits à l'étranger est déterminante.



DES FEMMES ARTISANES

Catella Willi



UNE STRUCTURE DÉMOCRATIQUE ET COLLECTIVE

Répartis dans tout le pays, les 220 ateliers reliés à CORR - The Jute Works sont organisés de manière collective. Ils reçoivent le support de l'organisation mère en matière de formation et d'utilisation des revenus. Les groupes bénéficient également d'un Fonds d'épargne pour les investissements collectifs et d'un petit fonds de crédit pour les besoins individuels. Depuis 1982, ce dernier a permis d'aider quelque 4 000 productrices à développer l'agriculture familiale (élevage ou pisciculture de petite taille et culture maraîchère).

Parce qu'elle voit grand pour les plus démunis, l'organisation CORR - The Jute Works a fait du collectif son credo. Soutenir les artisanes dans leur démarche en achetant leurs produits est, dans ce contexte, le meilleur gage de développement et de solidarité.

<http://www.cjwbd.com/>

FONDS DE DÉVELOPPEMENT

CORR - The Jute Works a mis sur pied un fonds de développement afin de consolider l'épargne des groupes. Elle encourage les productrices à explorer d'autres pistes de développement. Cette démarche favorise le processus de prise en main démocratique des femmes par elles-mêmes et réduit leur dépendance vis-à-vis de l'artisanat. Fait important dans le contexte local, les femmes reçoivent en leur nom propre tout revenu tiré de leur travail.

LES OBJECTIFS DE CORR- THE JUTE WORKS

- Encourager et former les artisans à la création de groupes économiquement viables
- Aider les groupes de femmes défavorisées des régions rurales à s'organiser et contribuer au développement local
- Promouvoir les pratiques démocratiques et l'action collective menées par les groupes
- Dispenser des formations aux artisans et employés en collaboration avec d'autres organisations locales ou étrangères
- Participer aux foires, ateliers et séminaires d'artisanat et impliquer les producteurs
- Susciter et organiser des activités en lien avec la santé et le bien-être des producteurs
- Rechercher des sources financières pour financer des projets de développement non discriminatoires (caste, croyances, race).

www.cjwbd.com

POURQUOI OXFAM-MAGASINS DU MONDE VEND LES VÊTEMENTS ALORS QU'IL LES REÇOIT?



IL YA D'ABORD LES FRAIS FIXES DE FONCTIONNEMENT, INHÉRENTS À TOUTE ACTIVITÉ COMMERCIALE:...



PUIS IL YA LES FRAIS DE FONCTIONNEMENT VARIABLES



NOS VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN NE SONT DONC PAS GRATUITS.

EN LEUR DONNANT UN PRIX, ON RAPPELLE AUSSI QUE CE NE SONT PAS DES OBJETS POUR LA Poubelle!



ON VEUT RESTER ACCESSIBLES!

DONC, NOS PRIX SONT RAISONNABLES!



MOI JE VEUX BIEN MAIS NON



la rubrique prêt-à-porter à la mode de chez nous. Par Olivier Bailly

Ils ont osé. H&M lance la collection 'Conscious' (collection printemps/été 2013 car les fringues durent deux saisons, c'est bien connu). Coton bio (entre 2 et 7% de leur stock annuel selon les sources...), produits recyclés. En égarie (et j'ai ri) Vanessa Paradis à l'intérieur mais cheveux au vent, pieds au vert version bohème à fleurs. La totale.

Dans la foulée, le groupe suédois, deuxième distributeur mondial de textile, entend récupérer des vêtements usés en vue de les recycler. Selon l'une des porte-paroles de H&M, Anna Eriksson (comment ils font les Suédois pour avoir toujours les mêmes noms de famille) « H&M veut créer une boucle fermée pour les fibres textiles ». Ça marche déjà en Suisse.

Récupérer des fringues pour faire toujours plus des fringues, beau projet. De un, vous videz la garde-robe de vos futurs clients ; de deux, vous les fidélisez avec un bon ; de trois, non seulement les gens achètent tous les étés la nouvelle mode, mais en plus, ils rachètent à chaque fois le même textile. Le leur. Redoutable.

'Conscious' se présente comme une collection 'éco-éthique' (sic). Carrément. Pas la peine de s'emmerder avec des labels existants. Quitte à raconter des bobards, autant aller jusqu'au bout.

Prochaine étape : la chemise 'durablo-fair' et le froc 'econickel-clean'.

Franchement, si H&M, sponsor de l'anorexie sur-bronzée, si H&M dont l'intensité du travail a provoqué rien qu'au Cambodge plusieurs centaines d'évanouissements de travailleurs depuis 2010, si H&M au profit de deux milliards d'euros et au salaire bangladais de 37 dollars mensuels pour 10 à 16 heures de travail par jour, donc si H&M se déclare éthique et responsable, alors qui ne l'est pas ? Dans le monde relatif de la justice sauce H&M, l'éco-tyran Kim Jong-un défend la simplicité involontaire, tandis que l'ONG Al Qaeda prône les droits de l'homme (surtout de l'homme d'ailleurs). Et la crise financière ? C'est probablement un clip vidéo.

Allez sérieux... pour fêter leur nouvelle virginité sociale, H&M a même participé à une 'Pre-Oscar Party' qui a vu le lancement en grandes pompes du programme 'Conscious', A côté des stars qui déclarent que « chic et durable forment un tout indissociable, quelle perspective excitante ! », j'ai bien regardé et je n'ai pas vu de trace à la 'party' de ces 'ouvriers cambodgiens esquinés 70 heures hebdomadaire à 61 dollars mensuels pour fabriquer le t-shirt de Vanessa. Pas plus de 'collaborateurs' bangladais épuisés. Pas assez conscient sans doute. A moins qu'au contraire, ils ne la réveillent un peu trop, notre 'conscience'...



Au Cambodge, les travailleuses qui fabriquent les vêtements pour H&M (et d'autres enseignes) gagnent un salaire trop bas pour se nourrir suffisamment. Signez l'Appel pour un salaire vital sur achACT.be

À PEINE PORTÉ DÉJÀ DÉMODÉ... PRÊT À JETER ?



Vous avez acheté un t-shirt il y a deux mois et il est déjà déformé ? C'était LA tendance il y a trois semaines, mais aujourd'hui vous apprenez que votre pull est totalement démodé ? Tout est fait pour que vous ressentiez le besoin d'acheter. Pour maximiser leurs profits, les marques vous poussent à renouveler sans cesse votre garde-robe et à vouloir rester dans le coup. Mais finalement, qui décide ? Les multinationales ou vous ? Faites le choix de l'éco-consommation : poussez la porte d'un magasin de vêtements de seconde main-Oxfam et vous tomberez peut-être sur un pull, une veste, un pantalon qui vous ira comme un gant. Parce que vous l'aurez décidé et parce qu'un vêtement, c'est indémodable.

**REMETTEZ EN QUESTION
VOTRE CONSOMMATION.**

Surfez sur **WWW.INDÉMODABLE.BE**



OXFAM

Magasins du monde