

edito

mundi
Kezako
LE MAG DES QUESTIONS DE SOCIÉTÉ

est édité par

Enrick B. Éditions

E.U.R.L.

Siège social

47 rue Servan,

75011 Paris

Coordonnées de la rédaction

Tél. : 01 45 14 81 11

Fax : 01 42 51 43 76

carole.billiout@enrickb-editions.com

Directeur de la publication : Enrick Barbillon

Rédactrice en chef : Carole Billiout

Ont participé à la rédaction de ce numéro :

Marie Guilhot, Lucie Hoornaert et Antoine Martin

Directrice artistique : Marie Dortier

Illustrations : Giovanni

Pictogrammes : Freepik

Comité pédagogique :

Thierry Chemin, avocat et membre d'InitiaDROIT

Élisabeth Delatte, ancienne conseillère à la cour d'appel

Marie-José Merlin, professeure de français

Ils portent un regard avisé sur...

Bastien Bonneau, BD et histoire

Tatiana Vassine, éléments graphiques et réseaux sociaux

Impression et mise en page :

Colorix

66 rue Gurko

1000 Sofia

Bulgarie

SERVICE ABONNEMENT

Kezako mundi

c/o Abomarque

CS 60003

31242 L'Union Cedex

Tél. : 05 34 56 35 60 (10h >12h, 14h >17h)

<https://goo.gl/frOL1I>

kezako@abomarque.fr

Commission paritaire : 1022 D 92834

Périodicité mensuelle ISSN 2492-1165

Loi n° 49-956 du 16/07/1949 sur les publications

destinées à la jeunesse

Dépôt légal à parution

La reproduction des textes, des dessins et des photographies publiés dans ce numéro est interdite.

© Kezako mundi 2022/Enrick B. Éditions

En couverture

© rohappy/AdobeStock

© elxeneize/Adobe stock

© Archive PL / Alamy Stock Photo

© Visions-AD/Adobe stock

Nos vêtements reflètent notre image en société. Ils révèlent une part de nous : notre côté exubérant ou au contraire plus calme, tout en tons pastel. Nous n'apportons pas tous la même importance à l'habillement. Certain-e-s le voient uniquement comme un moyen de se couvrir, d'avoir moins froid ou de se mouvoir sans encombre, quand d'autres en revanche y apportent un soin extrême, jusqu'au plus petit détail de l'accessoire qui tue et qui ira à merveille avec la tenue du jour.

Quoi qu'il en soit et quoi que représente pour chacun le vêtement, nous en avons tous besoin. Pour autant, nous sommes nombreux à acheter bien au-delà de nos besoins. Nous y sommes d'ailleurs poussés par la publicité et la nouveauté incessante des collections. On appelle cette vitesse dans le renouvellement des collections et cette gigantesque production de vêtements et chaussures « fast fashion ». Le mot d'ordre : produire plus, plus vite, pour moins cher, quitte à générer un stock impossible à écouler qui sera ensuite détruit. Un vrai gâchis en somme.

L'industrie du textile, dans cette logique de *fast fashion* (mode rapide, jetable), nous incite à consommer plus pour écouler toujours plus de marchandises. Pas évident de résister à l'envie d'acheter, surtout quand le prix est modique. Mais qu'y a-t-il derrière cet article à bas prix ? Une industrie qui tire les prix au détriment des personnes qui travaillent dans ce secteur et de la planète. Des marques vont même jusqu'à faire croire qu'elles sont écologiques et éthiques alors qu'elles ne le sont pas, c'est ce qu'on appelle le *greenwashing*. Il consiste par exemple pour une marque à mettre en avant des aspects environnementaux, comme la fabrication de vêtements à partir de matières recyclées alors que ce pourcentage est très faible voire inexistant. Le but est commercial bien sûr. Il est d'ailleurs possible de dénoncer ces publicités mensongères, notamment auprès de Zero Waste France, en prenant une photo de ce type de pub et en la publiant sur les réseaux sociaux en taguant la marque concernée ou en envoyant la photo par email à defi@zerowastefrance.org.

Le gaspillage se fait aussi après l'achat. En effet, nombre des vêtements achetés sont jetés alors qu'ils ne sont pas usés et peuvent encore être portés. Pourtant, il existe de nombreuses façons de faire vivre ces vêtements plus longtemps : en les donnant ou en les mettant dans des bornes de collecte pour qu'ils soient revendus en seconde main (occasion) ou recyclés. En contrepied à la *fast fashion*, cet état d'esprit d'acheter moins, de faire durer ses vêtements plus longtemps, de veiller autant que possible à la provenance de ses vêtements, a été nommé *slow fashion*. On vous en dit plus aussi dans ce numéro sur ce mode de consommation responsable.

Carole Billiout



www.kezako-mundi.com

www.facebook.com/pages/Kezako-mundi/820145668067725?ref=hl