

Tendance

BAZAR

 **Organisateurs**
Groupe d'élèves supervisé par un membre du personnel

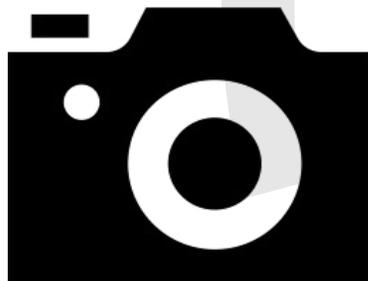
 **Difficulté**
Facile

 **Temps de préparation**
Une à deux périodes

 **Lieu**
Campus de l'école

 **Coût**
Faible ou nul

Objectifs pédagogiques



- Promouvoir les circuits d'échange et de seconde main auprès des autres élèves et du personnel de l'école et déconstruire les préjugés qui entourent ces pratiques ;
- Amener une réflexion sur la surconsommation de biens matériels et la production de déchets ;
- Favoriser l'implication des élèves dans leur communauté.

Lancement d'une campagne promotionnelle du seconde main dans votre école

Matériel nécessaire

(ex : projet photographique pour la création d'affiches)

- Vêtements de seconde main ;
- Appareil photo ;
- Imprimante couleur.



Contexte et résumé

Nombreux sont les Québécois à entretenir des préjugés sur les vêtements usagés et le commerce de seconde main en général, que ce soit à cause de préoccupations de nature hygiénique, esthétique ou associées aux classes sociales (« des vêtements pour les pauvres »). Or, vous pouvez être des vecteurs de changement dans vos milieux en déconstruisant ces préjugés et en présentant le seconde main comme une alternative intéressante offrant des avantages sur les plans esthétique (originalité) et économique (vêtements à bas prix), en plus d'être écologique!

Préparation



1. Déterminez quel est ou quels sont vos publics cibles (masculin/féminin, âge, centres d'intérêt, etc.) pour monter votre campagne en conséquence.
2. **Sortez des idées en groupe.** Quel type de campagne ou d'activité promotionnelle souhaiteriez-vous réaliser (une exposition photo intégrant des styles composés de vêtements de seconde main, une série d'affiches publicitaires, une courte vidéo, une mobilisation éclair (*flashmob*), etc.)? Soyez créatifs!
3. **Dressez la liste des ressources humaines, matérielles et financières** (au besoin) nécessaires à la réalisation de votre projet. Mettez en commun vos forces et vos centres d'intérêt pour planifier les prochaines étapes (ex : graphisme, prise de photos, recherche de vêtements, stylisme, etc.).

Tendance BAZAR

Déroulement

1. **Trouvez le ou les support(s) qui serviront à diffuser votre campagne** (babillard, écrans de télévision, radio ou journal étudiant, murs, etc.). Ils seront déterminants pour votre concept. Allez rencontrer les personnes concernées et demandez les autorisations nécessaires (pour afficher, par exemple).
2. **Choisissez un concept visuel pour votre campagne** ainsi que le ou les messages que vous souhaitez y associer. Aurez-vous un slogan? Un logo? Optez pour quelque chose d'accrocheur et de visuellement intéressant si vous souhaitez attirer l'attention des élèves!
3. **Fixez la ou les dates d'exécution de votre projet**, pour la prise de photos, le tournage, le montage ou l'impression, par exemple.
4. **Rassemblez vos ressources** et passez à l'acte!

Le projet Tendance Bazar est rendu possible grâce à la contribution de la Fondation du Grand Montréal



Fondation du Grand Montréal

Lancement
d'une campagne
promotionnelle du
seconde main dans
votre école

Pour aller plus loin...

P. 2

Des élèves d'un lycée en Belgique ont réalisé une vidéo pour faire la promotion des vêtements usagés auprès des jeunes. Ils ont notamment demandé à leurs collègues de distinguer des vêtements usagés de tenues neuves. Voyez le résultat étonnant de cette expérience sur le [site d'Oxfam Magasins du monde](#) et inspirez-vous de leur démarche!

Saviez-vous que...

...les Québécois se départissent de beaucoup plus de vêtements qu'ils n'en achètent usagés? Selon RECYC-QUÉBEC, environ 205 000 tonnes de produits textiles sont acquises par les Québécois annuellement, alors que seules 70 000 tonnes de celles-ci sont valorisées ou récupérées à travers le marché de seconde main. Qu'advient-il des vêtements qui ne trouvent pas preneurs? Le Québec exporte par bateau environ 83 500 tonnes de ces vêtements par année, lesquels sont revendus dans les pays d'Asie et d'Afrique.

Ressources

- Vous aimeriez inclure des créations recyclées dans votre campagne? La Fabrique éthique de Montréal a dressé un [Répertoire \(incomplet\) de la mode éthique à Montréal](#), lequel inclut notamment une liste des écodesigners et des artistes récupérateurs de Montréal, classés selon le type de matières avec lequel ils travaillent (écologiques, recyclées ou équitables).
- L'article « [Les dessous du vêtement de seconde main](#) », publié dans le magazine Déclics en 2013, démystifie le secteur du seconde main à l'échelle mondiale.

