

projet friptree

Amara Fossati
Audrane Repond

TABLE DES MATIÈRES

1. Résumé du projet	6	5. Mise en oeuvre concrète	26
1.1 Résumé du projet	6	5.1 Moodboard	26
1.2 Introduction au projet	8	5.2 Technique utilisé	26
1.3 Développement du projet	9	5.3 Exemple de patch	27
2. Introduction	10	5.4 Recherche de logo (papier)	30
2.1 Situation de départ	10	5.5 Recherche de logo (numérique)	32
2.2 Motivations	11	5.6 Recherche logo (final)	34
3. Recherches d'idées	12	5.7 Recherche affiche	36
3.1 Définition du projet	12	5.8 Recherche affiche (final)	38
3.2 Brainstorming	13	5.9 Création maquette site web	40
4. Planification	18	5.10 Budget total du projet	42
4.1 Faisabilité	18	6. Calculs	44
4.2 Planification du projet	19	6.1 Détail calcul	44
4.3 Tâches importantes	22	7. Rapport du projet	46
4.4 Plan détaillé des tâches	23	7.1 Rétrospective	46
4.5 Suivi du projet	24	7.2 Prise de conscience	46
		7.3 Perspectives	46
		Notes de fin et bibliographie	49
		Annexes	50

reforestation
AGIR ENSEMBLE POUR L'HOMME & L'ENVIRONNEMENT

Sur reforestation.com
Amara Fossati

a planté 210 arbres dans sa forêt à Piura
(Pérou)
le 09 mars 2020

Bénéfices générés

- CLIMAT**
32 tonnes de CO2 stockées
- BIODIVERSITÉ**
630 abris pour animaux créé(s)
- SANTÉ**
840 mois d'oxygène généré(s)
- EMPLOI**
210 heure(s) de travail créée(s)

Résultat de notre projet : sensibilisation et action concrète

Catégorie : Prix Sensibilisation.
Projet dédié à la problématique de la surconsommation de textile.

1. LE PROJET

1.1 Résumé du projet

Élèves aux CFP arts de Genève, nous avons choisi d'axer notre projet sur la problématique de la fast fashion. Nous souhaitons sensibiliser les gens sur leur consommation d'habits afin de la rendre plus durable.

Comment ? Organisation d'un vide dressing et création de patches thermocollants afin de valoriser le geste du consommateur : grâce à l'acte d'achat d'un vêtement de seconde main, il évite d'acheter du neuf et participe à la reforestation. En effet, les bénéfices de la vente de ces vêtements seront reversés à l'association «Reforest'Action» qui vise à préserver et restaurer des forêts en France et à l'étranger. De ce fait, le consommateur "Friptree" ne participe pas à une nouvelle émission de CO2 mais contribue au contraire à sa captation par les arbres. (3euro = Un arbre)

Nos sources d'inspirations sont le concept de l'upcycling et les principes de l'économie circulaire.

Cette campagne sera donc constituée des éléments suivants:

- Un événement dans l'enceinte de l'école
- Des affiches pour promouvoir l'évènement
- Des patches "friptide", thermocollés sur les vêtements achetés

Catégorie du concours :

Prix Sensibilisation

Nombre de personnes touchées :

durant l'évènement :

Jour 1 : 66 personnes [bénéfices : 223 chf]
Jour 2 : 164 personnes [bénéfices: 477,50 chf]
TOTAL : 230 personnes [bénéfices: 700,90 chf]

sur les réseaux sociaux:

poste instagram : 85 likes, 16 partages*, 20 enregistrements

dans les couloirs de notre/autre école:

Nous avons potentiellement touché les 630 étudiants de notre école. (cfpa) à cela s'ajoute les élèves du collèges voltaire et de la HEAD.

AU TOTAL : 945 personnes et celles que nous n'avons pas pu comptabiliser durant l'action (collèges voltaire, partage sur les réseaux, HEAD, bouche à oreille)

Nombre d'arbre plantés : 210 arbres au total



1.2 Introduction au projet

Nous avons choisi d'axer notre projet sur l'industrie du vêtement. Nous souhaitons sensibiliser les gens sur leur consommation d'habits afin de la rendre plus durable.

[Acheter moins, partager, échanger, recycler]

La deuxième industrie la plus polluante au monde, après le pétrole, est celle du textile. En effet, elle a une grande influence sur les changements climatiques de par sa consommation/pollution de l'eau, ses produits chimiques et ses émissions importantes de CO2.

Les marques qui pratiquent la mode éphémère (fast fashion)* y sont en grande partie responsables. Leur renouvellement trop régulier de collection à prix très attractifs et avec des matériaux de qualité médiocre, incitent les clients à une consommation non nécessaire et peu écologique.

Nous souhaitons donc sensibiliser un maximum de personne sur ce sujet en mettant en avant l'upcycling*. L'idée est simplement d'opter pour la réutilisation d'un produit en lui donnant un nouvel usage, une seconde vie ou de la valeur ajoutée. Nous sommes intéressées par l'économie circulaire et l'idée d'un système qui fonctionne en boucle nous a inspiré.

*fast-fashion: se caractérise par le renouvellement très rapide des vêtements proposés à la vente [plusieurs fois par saison] (wikipedia.com)

*upcycling: "surcyclage" l'action de récupérer des matériaux dont on a plus l'usage afin de les transformer en produit de qualité supérieure [wikipedia.com]

1.3 Développement du projet

Nos réflexions nous ont donc amenées à projeter l'organisation d'un vide dressing. Nous ferons au préalable appel à des donations en motivant les intéressés à effectuer un tri dans leurs gardes robes.

Le but étant bien évidemment de récolter un maximum d'habits pour l'évènement mais aussi de rendre conscientes ces personnes de la quantité de choses qu'elles possèdent et qu'elles ne portent pas. C'est là un premier pas vers la sensibilisation.

Pour donner du sens à l'achat des ces habits et pour leur conférer une valeur ajoutée, nous allons créer des patchs thermocollants. Le but de ces patchs est de labéliser l'habit comme étant un produit de seconde main et ainsi valoriser l'engagement de l'acheteur.

La sensibilisation continuera aussi d'opérer une fois le vide dressing terminé, car le patch sera visible par tous dans l'espace public. Cela suscitera l'intérêt d'un ami, d'un collègue ou même d'un passant. L'habit labélisé deviendra ainsi un vecteur de prise de conscience.

Au-delà du travail sur le logo, la promotion de l'évènement aura de l'importance dans notre travail. Des affiches seront créées puis affichées dans des établissements scolaire (ex : cfparts, head, unige, collège voltaire..) ainsi que relayés sur les réseaux sociaux. Les jeunes entre 15 et 25 ans seront notre public cible majeur mais l'évènement sera bien évidemment ouvert à tous/tes car c'est un sujet qui concerne chacun d'entre nous.

Le dernier point de notre projet concerne les bénéfices de ce vide dressing. Dans une perspective d'économie circulaire, nous voulons prolonger cette action en utilisant cet argent pour planter des arbres.

L'entreprise Reforest'Action propose, pour chaque montant de 3 euros versés, la plantation d'un arbre dans différentes régions du monde.

2. INTRODUCTION

2.1 Situation de départ

Le climat change, ce n'est plus des prédictions mais un constat.
Nous ne pouvons plus nier le changement climatique.

Depuis l'été 2018, de plus en plus de personnes se mobilisent et se questionnent sur leur mode de consommation.
Nous savons que l'état de notre planète est critique, nous ne pouvons pas rester inactif face à ces changements. Nous devons agir en sensibilisant la population à ses questions.

Un des plus grands ennemis de notre planète est le CO₂, entre 1900 et 2018 nous avons relâchés 34.874 milliards¹ de tonnes (Mdt) de CO₂ dans l'atmosphère. Et la tendance ne va pas à la baisse.

Les émissions de gaz à effet de serre liées aux activités humaines modifient de plus en plus la composition de l'atmosphère, et l'industrie du textile à sa part de responsabilité.

«CO₂, eau, microplastique : la mode est l'une des industries les plus polluantes du monde» Le monde, 01/09/20

«Environnement : ce que pèsent vraiment nos habits» Libération, 17/01/20

«La mode, deuxième secteur le plus polluant du monde» Radio-canada 24/10/20

Elle serait la deuxième industrie la plus polluante dans le monde juste après celle du pétrole. Selon les études le textile produirait de 3 à 10 % des émissions mondiale de CO₂.
Le rapport de la fondation Ellen MacArthur² indique ainsi le chiffre de 1.2 milliards de tonnes de CO₂, soit plus que l'ensemble des émissions du transport maritime et aérien international combinés ...

Avec le renouvellement effréné des enseignes grand public (Zara, H&M etc..), les magasins jouent sur des espaces temps de plus en plus court entre chaque collection, qui sont quasi hebdomadaires. On appelle ça: la fast-fashion. Proposer du neuf en permanence, de nouvelles offres qui surgissent sans interruption: des capsules, des drops (événement de courte durée). C'est une course à l'éphémère et à la dernière sortie qui incite les gens à encore plus acheter, et donc à produire plus.

¹Les notes de bas de page et sources se trouvent à la fin du document

2.2 Motivations

Et nos vêtements ont un bilan environnemental large, ils consomment de grandes quantités d'eau (2 800 litres pour un T-shirt en coton et entre 7 000 et 10 000 pour un jean.³) et de nombreuses autres ressources. Par exemple, une chemise en coton de 300 grammes nécessite d'extraire 79 fois son poids en matières premières⁴.

Et nous achetons aujourd'hui deux fois plus de vêtements qu'il y a dix ans⁵. World Resources Institute rappelle que chaque seconde dans le monde, nous brûlons ou enfouissons une benne d'habits par seconde, soit 2 600 kilos. Il faut alors repenser nos modèles de consommation pour sauvegarder l'environnement, et pour cela il existe la seconde main.

Suite à nos constats, mentionnés ci-dessus dans la « situation de départ », nous avons ressenti le besoin d'agir. Il était donc primordial pour nous de sensibiliser un maximum de personnes à ce sujet mais, au-delà de la sensibilisation, nous souhaitons proposer de réelles solutions à ce problème.

Nous avons donc vite décidé de créer ce projet sous la forme d'un événement.

En revanche, nous ne voulions pas que cet acte de sensibilisation se contente d'exister que le temps d'une journée. Nous voulions absolument étendre le champ de personnes touchés. Il nous fallait apporter une touche non éphémère qui perpétuerait le message post événementiel et qui valoriserait l'acte écologique fait par les personnes présentes.

Si la visibilité devient illimitée alors la sensibilisation en est de même.

Pour résumer, ce qui nous a motivé à créer ce projet fut les chiffres alarmants concernant l'industrie du textile et le fait que nous en sommes tous concernés. Par contre, ce qui a été notre moteur fut l'envie d'en faire un maximum, de la meilleure façon et c'est grâce à un système de boucle* que nous y sommes parvenus.

*Le consommateur "Friptree" ne participe pas à une nouvelle émission de CO₂ mais contribue au contraire à sa captation par les arbres. (c'est un exemple de boucle)

3. RECHERCHE D'IDÉES

3.1 Définition du projet

Pour trouver le plus d'idées possibles nous avons eu recours à différents outils.

Un brainstorming:

Nous avons cherché un sujet qui pourrait autant nous intéresser l'une que l'autre en passant par divers moyens.

- Discussion entre nous deux sur des sujets qui nous préoccupent
- Discussion avec notre entourage
- Recherches sur internet sur l'écologie, l'impact de l'humain sur la planète.
- Recherche des initiatives déjà prise par des ONG, des étudiants

Un schema heuristique:

Pour trouver des idées/concepts autour de notre idée de base.

Une recherche de concurrence:

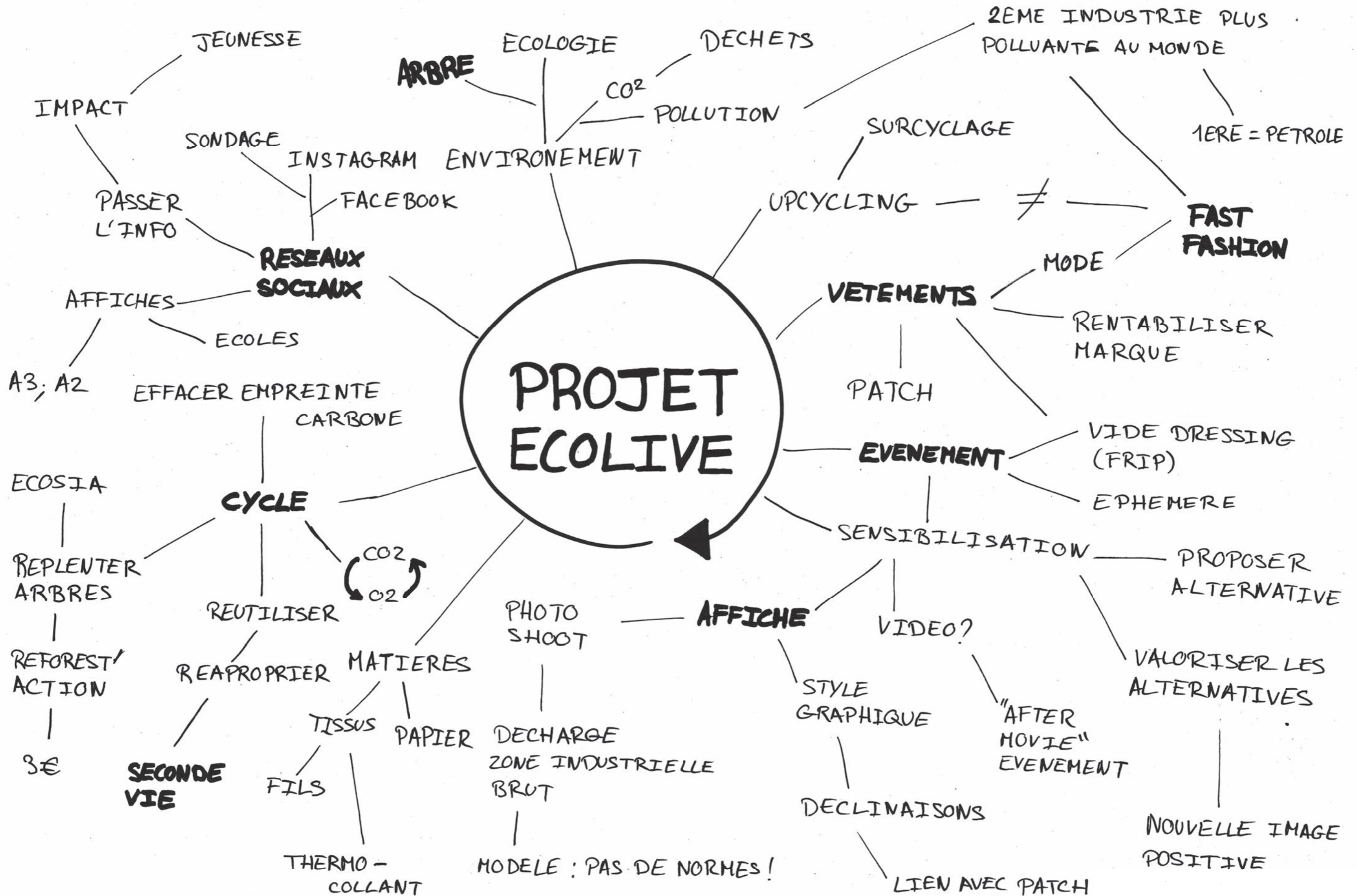
Afin de voir quelles alternatives avaient déjà été proposée par d'autres personnes et aussi pour peut-être pouvoir s'en inspirer.

3.2 Brainstorming

Voici les mots-clefs qui ont pu ressortir lors de notre brainstorming:

Upcycling	Creux
Vêtement	Sillons
Textiles	histoire de vie
Mixte	des histoires qui circulent
Seconde main	empreinte
Fast fashion	laisser
Arbre	terre
Terrestre	futur
Economie circulaire	responsabilité
Organique	continuité
Formes	circuler
Empreinte carbone	boucle
Magasin	interrogation
Patch	construire
Friperie	additional
Ecologie	friperie
Text (ajouter un mot)	tri
Eco text	interrogation
No plan b	questionnement
Plan b	remise en question
L'autre côté	carbone.
Traits	
Plutot que	
à la place de...	
Ames	
Aura	
Second soul	
soul	
graine/seed	
Non/oui	
Accepter ou non	

Ce brainstorming a pu nous aider à trouver notre sujet et notre logo ainsi que le nom du projet. Ce fut un outil très utile.



RECHERCHE DE CONCURRENCE

Zero Waste , Brooklyn 2017

Ce designer est un pionner de la mode zero waste à New York. Il a voulu, à travers ses actions, en terminer avec les déchets générés par l'industrie de la mode.



LES RÉCUPÉRABLES



**LA MODE
EST
RÉCUPÉRABLE !**

Les récupérables, Paris 2015

Les récupérables travaillent selon les principes de la revalorisation du textile, s'inscrivant ainsi dans l'Économie Circulaire. Le but : créer une mode récupérable. «Rien ne sert de produire, il suffit de réutiliser à point.»

Gaëlle Constantini, Paris 2009

Cette marque repose sur une vision bienveillante et optimiste de la création de nouveaux vêtements. Basée sur l'économie circulaire, cette démarche permet de diminuer les déchets textiles, de donner un travail aux personnes en situation de précarité et de créer de la richesse sociale.



PAS DE PANIQUE C'EST ECOLOGIQUE

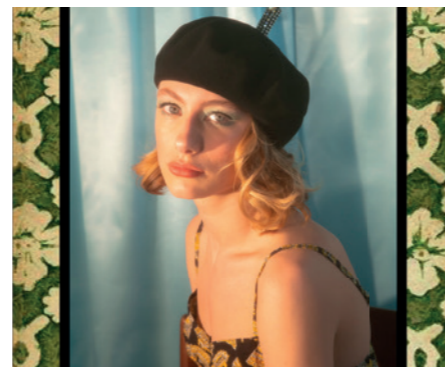


Rusmin, France 2019

Marque fondée par deux sœurs, elles ont décidé ensemble de mettre l'upcycling en valeur. Leur motivation : créer une mode consciente et réutilisable.

La Mirabelle, France 2019

Marque française luttant contre la fast fashion. Elle propose, à sa façon, de revenir à une mode plus respectueuse de l'environnement en revendant des vêtements de luxe de seconde main et parfois en créant des pièces uniques.



Antiform Made in England



Antiform, Bristol 2007

Cette marque cherche à produire des pièces avec des ressources et une main d'oeuvre locale. Elles réutilisent des tissus venant d'un peu partout pour créer des vêtements originaux.

Fade Out Label, Berlin 2015

Ligne de vêtements unisexes créée à partir de jeans usagés. La marque les recombine afin de créer de nouvelles pièces originales.



Les belles bobettes, Canada 2014

Les belles bobettes produisent des sous-vêtements à partir de matériaux recyclés, fait à la main au Québec.

4. PLANIFICATION

4.1 Faisabilité

Nous sommes confiantes quand à la faisabilité de ce projet car ses dimensions nous paraissent réalistes et maîtrisables.

Pour qu'il puisse voir le jour nous devons être attentives aux points suivants :

- L'organisation globale du projet ainsi que le respect de nos objectifs. Pour cela, nous allons nous aider d'outils tel que le diagramme de gantt pour avoir un plan détaillé des tâches.

- L'impression des patchs. Celle-ci se fera à distance (France). Nous devons alors être attentives à la qualité de nos documents et prévoir un délai suffisant entre l'impression de nos patchs et la date de l'évènement.

- La promotion de l'évènement. Il est important que notre vide dressing bénéficie d'une bonne publicité préalable afin qu'un maximum de personnes y participe. Pour communiquer efficacement nous allons nous appuyer sur des affiches, sur le partage de publications via nos réseaux sociaux ainsi que sur l'association de l'école "A3".

- La réalisation des affiches. Elle doivent être le plus impactantes possible pour que les gens saisissent immédiatement son message.

- La récolte des vêtements. Il est nécessaire que nous récoltions le plus de vêtements possible auprès de nos proches et de divers donateurs afin de composer une friperie variée et attractive.

- Sensibilisation à long terme. Notre objectif est également de faire vivre l'action au-delà de l'évènement, par exemple en postant des photos post-friperie sur les réseaux sociaux et en encourageant le port des vêtements labelisés.

- Versement des bénéfices. Nous devons tenir un budget précis afin qu'un maximum d'argent soit reversé à « reforestation ».

4.2 Planification du projet

L'objectif global est de sensibiliser tout type de personnes sur leur achat vestimentaires et les empreintes que ces achats peuvent laisser. Le but est de montrer les réels impact de l'industrie du textile.

Après avoir réfléchi à un concept nous avons du voir le nombre de temps que nous avons à disposition en comptant les imprévus.

18 semaines au total, dont 2 cours/semaine consacré au projet (nous avons eu beaucoup de leçon annulée durant le semestre)

Avec ce temps court, nous avons du faire preuve d'efficacité en commençant par un dossier de présentation de notre concept pour nos enseignants que nous avons réparti sur l'ensemble de ce document.

Ce document contenait :

- Texte descriptif du projet
- Un schéma heuristique
- Recherche de concurrence
- Un moodboard
- Des croquis

Ce dossier nous a particulièrement aidé à la réalisation du projet. Ainsi, nous avons pu passer directement à la phase d'élaboration du patch.

Après avoir partagé nos premières idées, nous avons esquissé quelques logos à la main que nous avons pu ensuite retravailler numériquement sur écran (le détail du développement est présenté plus loin dans ce document).

A chaque étape de l'élaboration du logo, nous avons été attentives à conserver l'esprit de notre moodboard.

Dans une seconde phase, il a fallu imaginer le nom, le slogan, qui allait figurer sur notre patch. Nous avons procédé par brainstorming, en cherchant à réunir les notions d'habits de seconde main avec la finalité du projet (environnement, planète, arbre, etc.). Il fallait également que le slogan permette une déclinaison graphique, une fois brodé sur le patch.

4.2 Planification du projet (suite)

Lors de la réalisation numérique il a donc été important de réfléchir également aux couleurs, à la disposition des éléments, ainsi qu'à la typo, afin d'obtenir un logo le plus impactant possible.

L'impression des patchs a été confiée à Ecussonline, une entreprise française spécialisée dans la fabrication d'écussons brodés personnalisés.

Le descriptif des produits semblait correspondre entièrement à nos besoins. De plus, la société certifie que ses produits sont fabriqués avec **des matériaux et des teintures qui respectent l'environnement.**

Après plusieurs échanges avec l'entreprise, nous avons envoyé notre patch à l'impression.

Nos difficultés :

L'entreprise n'a malheureusement pas fait preuve d'un grand professionnalisme. Le premier test d'impression de patch qui nous a été envoyé ne correspondait pas avec ce que nous avons demandé. Les couleurs étaient très éloignées des pantones que nous avons pris soin de leur transmettre avec notre commande.

Échanges :

Suite à ce test quelque peu décevant, avons demandé à l'entreprise des corrections de couleur. En réponse à nos mails, l'entreprise n'a d'abord pas donné suite à nos requêtes. Comme nous avons déjà payé la facture d'impression, nous sommes finalement parvenues à les joindre par téléphone afin d'exiger qu'ils respectent notre commande.

Réception de la marchandise :

A force d'insistance, un autre test a finalement été réalisé. Cependant, pour des raisons qui ne nous ont pas été clairement justifiées, le délai de livraison des patchs a été repoussé. En définitive, la commande ne nous a été livrée que le 22 février 2020.

Dates :

Il a ensuite fallu fixer une date et réserver la salle d'exposition de l'école. Cela fut problématique car, comme nous dépendions de la réception des patchs, nous avons dû repousser la date initialement envisagée. De plus, la salle était indisponible durant presque deux semaines car elle devait accueillir les concours d'entrée des différentes filières de l'école. Nous avons fini par trouver un arrangement et pu réserver la salle pour le mercredi 3 mars 2020. L'événement s'est déroulé durant la journée entière, de 8h du matin, jusqu'au soir à 20h.

Affiches :

Pour composer les affiches de l'événement, nous avons repris les codes couleur ainsi que les éléments graphiques de notre patch. Nous y avons ensuite ajouté les textes. Après quelques essais de composition, nous avons choisi de réaliser un triptyque.

Nous avons placardés les 3 affiches (triptyque) en format A3 dans chaque étages de l'école, ainsi qu'un format A4 dans l'ascenseur. Nous avons pris la liberté d'afficher également nos triptyques dans d'autres établissements tel que le Collège Voltaire, Unimail et la HEAD afin de diffuser plus largement le message de sensibilisation porté par le projet et d'agrandir le publique cible de l'événement.

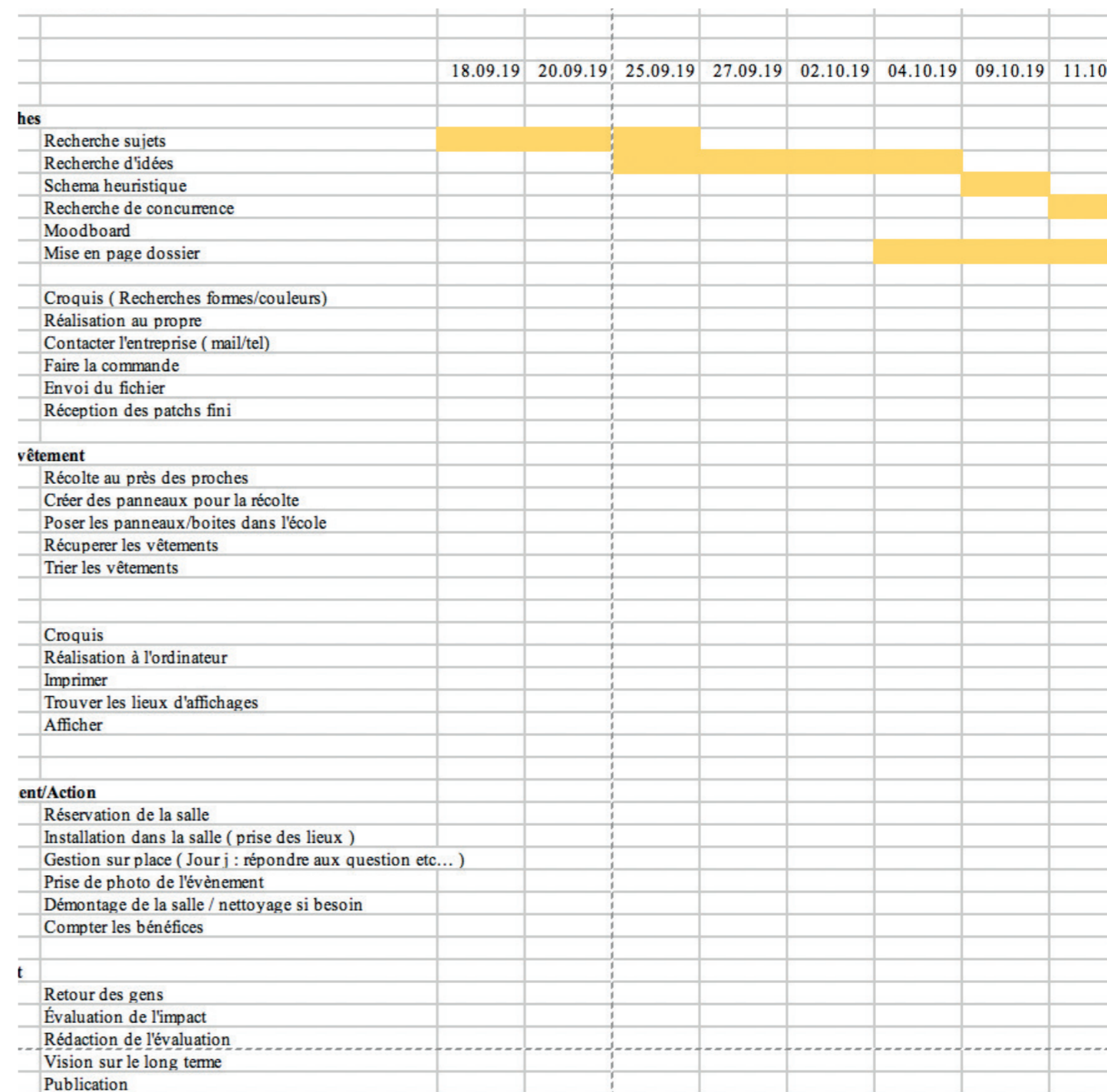
4.3 Les tâches importantes

Nous avons du trier les tâches par importance afin que notre projet puisse voir le jour.

Liste des tâches	
Tâches	
Recherches	
	Recherche sujets
	Recherche d'idées
	Schema heuristique
	Recherche de concurrence
	Moodboard
	Mise en page dossier
Logo	
	Croquis (Recherches formes/couleurs)
	Réalisation au propre
	Contacteur l'entreprise (mail/tel)
	Faire la commande
	Envoi du fichier
	Réception des patchs fini
Récolte vêtement	
	Récolte au près des proches
	Créer des panneaux pour la récolte
	Poser les panneaux/boites dans l'école
	Récuperer les vêtements
	Trier les vêtements
Affiche	
	Croquis
	Réalisation à l'ordinateur
	Imprimer
	Trouver les lieux d'affichages
	Afficher
Évènement/Action	
	Réservation de la salle
	Installation dans la salle (prise des lieux)
	Gestion sur place (Jour j : répondre aux question etc...)
	Prise de photo de l'évènement
	Démontage de la salle / nettoyage si besoin
	Compter les bénéfices
Rapport	
	Retour des gens
	Évaluation de l'impact
	Rédaction de l'évaluation
	Vision sur le long terme
	Publication

4.4 Plan détaillé des tâches

Pour réaliser un plan détaillé des tâches nous avons utilisé le diagramme de gantt comme expliqué plus haut. Cet outil nous a beaucoup aidé à mieux gérer nos tâches. (extraits)



*Dans les annexes se trouve une photo pour accéder aux fichiers avec une meilleure lisibilité ainsi que l'image en entier.

4.5 Suivi de projet

Nous avons aussi rendu un suivi de projet à un de nos enseignants (1/semaine), qui nous aidait à voir l'avancement des tâches et qui nous aidait en cas d'absence d'un des élèves pour pouvoir reprendre correctement notre travail. (extrait)

4.5 Suivi de projet (analyse)

En première partie de ce projet nous faisons surtout des recherches et c'était plus difficiles de déterminer des tâches précises car la recherche peut se décliner sous plusieurs formes et dans un temps plus ou moins long selon la fluidité et l'intérêt de nos idées.

Une fois cette étape passé, quand le projet était fixé et lancé, ce support nous à aider à garder un œil sur nos projets et éviter de prendre trop de retard. Le fait d'avoir une vue d'ensemble était pratique.

Notre projet étant assez conséquent et comprenant plusieurs actions et créations de notre part, cela s'est révélé être un excellent aide mémoire. C'est pour nous le plus grand point positif de cet outil.

N°	DATE CREATION	Planification tâches Objectifs à atteindre	POUR QUAND	État des lieux	Après la séance de travail	Objectif atteint (oui/partiel/non)
1	04.09.19	Trouver une idée pour le projet éco-live	18.09.19	plusieurs pistes sont lk	13.09.19:Idée trouvée (1 semaine en avance)	OUI
2	13.09.19	Mise au propre de l'idée afin de commencer notre dossier	13.09.19	idée claire, partenaires de groupes d'accord.	13.09.19:Idée trouvée bien définie et claire.	OUI
3	13.09.19	Réalisation du dossier	17.10.19	Dossier à finaliser, en accord avec le prof: d'élus supplémentaire. Rendu déplacé le 01.11.19.	01.11.19 :Dossier rendu et terminé	OUI
4	18.09.19	Réalisation du texte descriptif pour le projet: Introduction + développement et schéma heuristique	27.09.19	texte en construction, quelques difficultés apparaissent.	27.09.19 : Les objectifs ont été atteints malgré quelques difficultés à écrire un texte qui reflète toutes nos idées et volontés.	OUI
5	27.09.19	Faire la recherche de concurrence	04.10.19	Mise en commun de nos recherche, mais temps trop court pour mettre au propre dans le dossier. D'élus supplémentaire de une semaine	11.10.19: Recherche de concurrence terminée et remise au propre	OUI
6	09.10.19	Inscription sur le site eco-live	16.10.19	pas encore inscrit sur eco-live.	l'inscription est faite, mais le descriptif n'est pas intégré	OUI
7	11.10.19	Faire le moodboard	11.10.19	Moodboard en réalisation	Moodboard intégré au dossier	OUI
8	11.10.19	Avoir fait les premiers croquis du patch du projet	17.10.19	17.10.19 :croquis pas terminés. Reporter au 01.11.19	01.11.19 : Croquis terminés, intégré au dossier	OUI
9	01.11.19	Rendu du dossier	01.11.19	RENDU	RENDU	OUI
10	13.11.19	Trouver le nom définitif du projet	13.11.19	idées encore vagues	le prénom à été trouvé	OUI
11	13.11.19	Lecture et compréhension des grilles d'évaluation.	15.11.19			NON
12	21.11.19	Réalisation d'une affiche pour récolter des vêtements dans l'école	21.11.19			OUI
13	21.11.19	Action: Poser les affiches et les boîtes dans l'école pour la récolte de vêtements	25.11.19			NON
14	27.11.19	NAMENG : Trouver un nom	27.11.19	brainstorming, mise en commun	nom du patch trouvé: FRIPTRIE	OUI
15	27.11.19	Trouver le rapport empreinte carbone (vêtements/ arbre)	28.11.19			oui
16	27.11.19	Créer le dossier de mise en oeuvre concrète	17.12.19			partiel
17	27.11.19	faire schéma de gant	04.12.19			oui

5. MISE EN OEUVRE CONCRÈTE

5.1 Moodboard

Il a été très important pour nous d'avoir un moodboard reflétant l'identité de notre patch.

Nous avons voulu donner un côté organique à notre planche en jouant avec des couleurs pastel et plutôt naturelles. Nous ne voulons pas utiliser le vert, une couleur qui est selon nous obsolète et qui appartient au greenwashing.*



Nous avons réalisé une typographie à la main que nous avons inclu dans le moodboard, les formes sont rondes et maladroites. Elle possède un côté très humain.

Les formes présentes pourraient nous rappeler des racines d'arbres, les formes rondes sont très souvent présente dans la nature. C'est ce que nous avons essayer de retranscrire.

5.2 Technique utilisé

Pour réaliser notre logo nous avons utilisé des ressources papiers que nous avons dessiné au préalable. Elles ont été retranscrite en numérique avec Adobe Illustrator.

La typographie quand à elle a été réalisé sur papier puis scannée pour être ensuite retranscrite sur ordinateur.

5.3 Exemple de patch

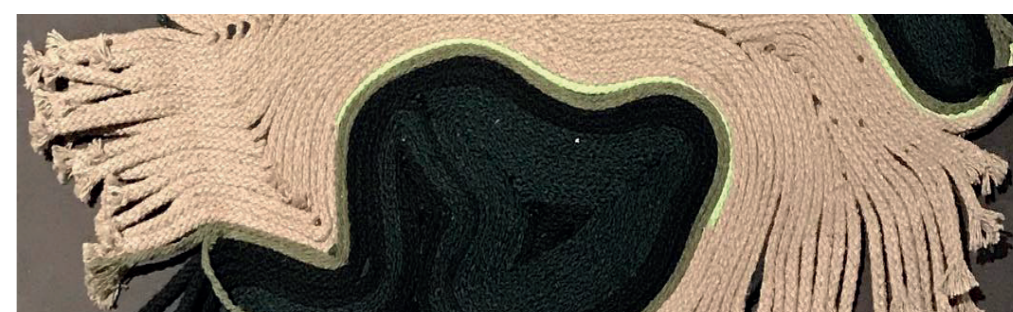
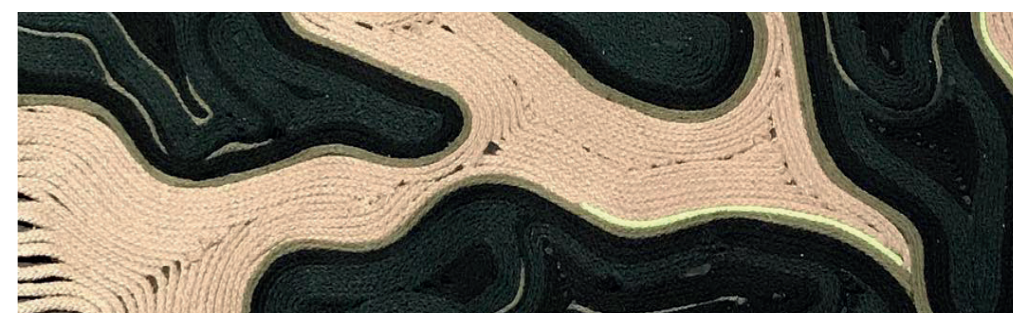
Voici quelques exemples de patch qui nous ont aidé à nous orienter vers notre patch final, ils ont pu nous inspirer, nous plaire ou non. Mais ils nous ont tous aidé à en arriver à notre patch final.



*Le moodboard se trouve sur la page suivante. (28-29)

*greenwashing: procédé marketing qui a pour but de se donner une image de responsabilité écologique trompeuse.

Plutôt
larve, non?



5.4 Recherche de logo [papier]

En débutant les recherches pour notre logo, nous avons décidé de travailler séparément dans le but de maximiser la diversité des idées. Mais nous avons cependant une ligne commune, à savoir de créer quelque chose d'organique et qui puisse rappeler des éléments naturels.

La reforestation étant également au coeur du projet nous avons exploré différentes manières de faire figurer un arbre sur nos patches. Pour autant, nous ne voulions pas que le rendu soit trop "première lecture », avec la présence d'un dessin d'arbre tel qu'on a l'habitude d'en voir. Nous voulions éviter que cela ne paraisse être un énième logo "green washing". C'est d'ailleurs la même raison qui a guidé le choix des couleurs du logo. Nous voulions échapper aux déclinaisons de verts, comme on peut souvent les trouver sur les produits bio ou les logos d'organisations écologiques.

Au final, c'est la découpe d'un tronc d'arbre qui nous a le plus inspirées et qui nous semblait le plus parlant. Le jeu de doubles lignes en boucles irrégulières que l'on retrouve sur ces coupes ont retenu notre attention car cela reste identifiable tout en conservant la part d'abstraction que nous recherchions.



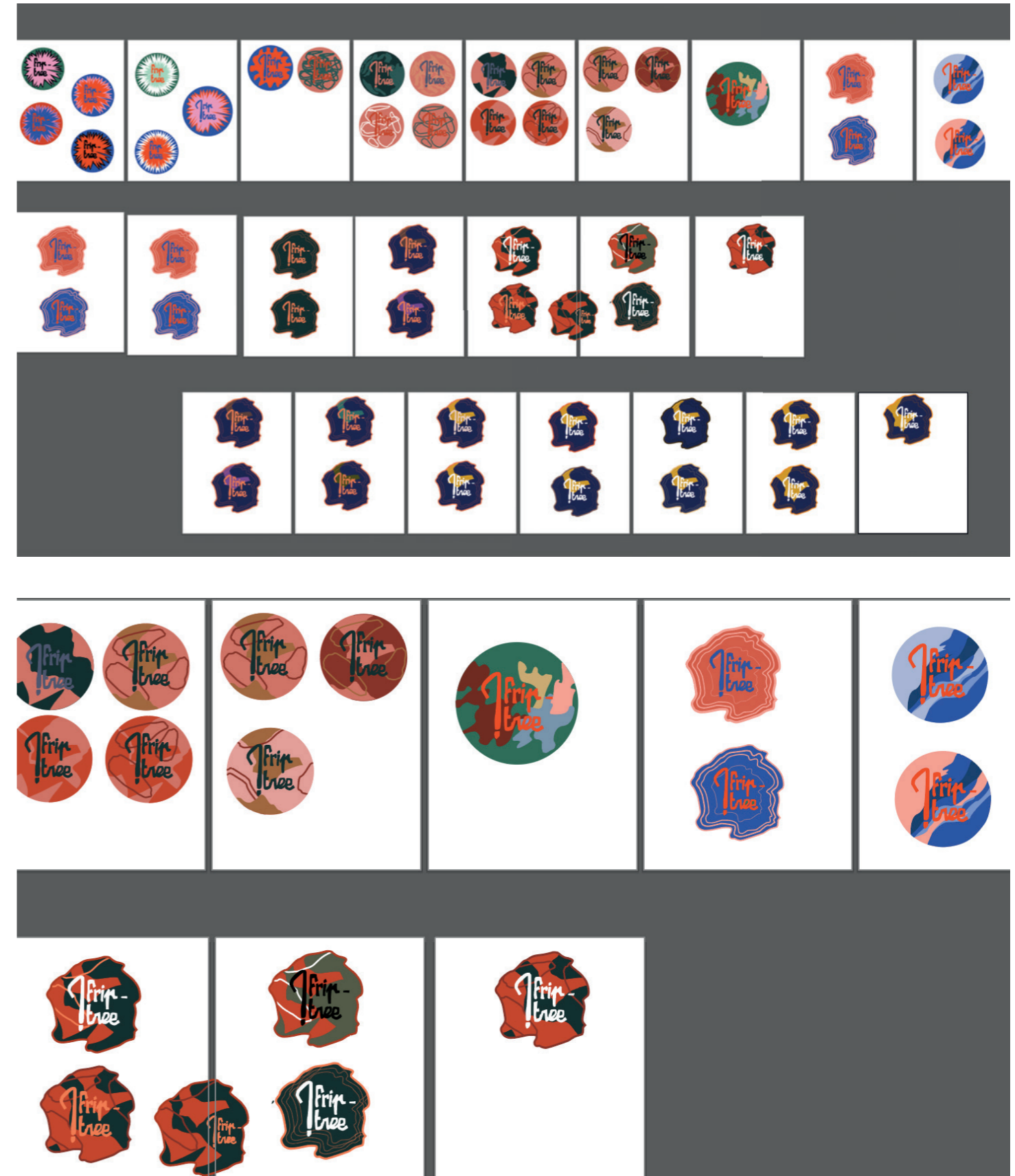
Une fois les croquis terminés, nous avons repris les éléments qui nous avaient séduits dans nos recherches.

En poursuivant dans la continuité de nos inspirations organiques et naturelles, nous avons décidé que le patch n'aurait donc pas une forme ronde ou carrée comme l'on pourrait s'y attendre. Ainsi, le tracé des contours du patch facilite la lecture de "l'arbre" qu'il symbolise.

Pour ce qui est du texte, il nous semblait évident qu'il nous fallait une typographie qui ne soit pas trop stricte et traditionnelle. Nous avons donc décidé de la concevoir nous-mêmes, à la main, afin de donner une identité forte et unique au logo. Notre typographie présente des courbes et des angles, elle est imparfaite et irrégulière, à l'image des éléments qui composent la nature. Cela donne un côté revendicateur et engagé au logo et c'est justement l'énergie que nous souhaitons transmettre.

Pour continuer dans cette lignée nous avons décidé d'ajouter un point d'interrogation à côté du mot «friptree». Nous voulions que ce symbole interpelle les gens et engage des discussions. Que ce point d'interrogation suscite justement des questionnements sur des thématiques environnementales car c'est notre devoir de perpétuellement remettre en question nos actions quotidiennes afin de les rendre meilleures.

Le mot "Friptree" nous est venu au fil de nos recherches, à mesure que le fond et la forme du projet commençait à nous apparaître plus clairement. Une friperie ayant pour but de financer la plantation d'arbres : Friptree ! (tree = arbre en anglais)



Voici notre patch final, il correspond particulièrement à notre moodboard et à nos premières idées et projections. C'est un logo difforme qui peut rappeler une coupe d'arbres avec ses stries. Il reflète donc la nature et l'environnement sans reproduire les codes habituels des logos à connotations écologiques.

L'ocre et l'orange peuvent nous rappeler la terre et le sol. Le bleu peut évoquer la mer et le ciel. Ce sont au final des couleurs que nous retrouvons partout sans nous en rendre compte. Ce patch est très près de notre environnement. De plus, ces couleurs se prêtent bien à être portées sur des vêtements.

Les références Pantone ont été très importantes afin qu'à l'issue de l'impression, les couleurs correspondent à notre projet. Nous avons ainsi pu transmettre ces références à la société d'impression que nous avons mandatée.



PANTONE®
16-1363 TPG
Puffin's Bill



PANTONE®
2766 CP



PANTONE®
P 14-16 C

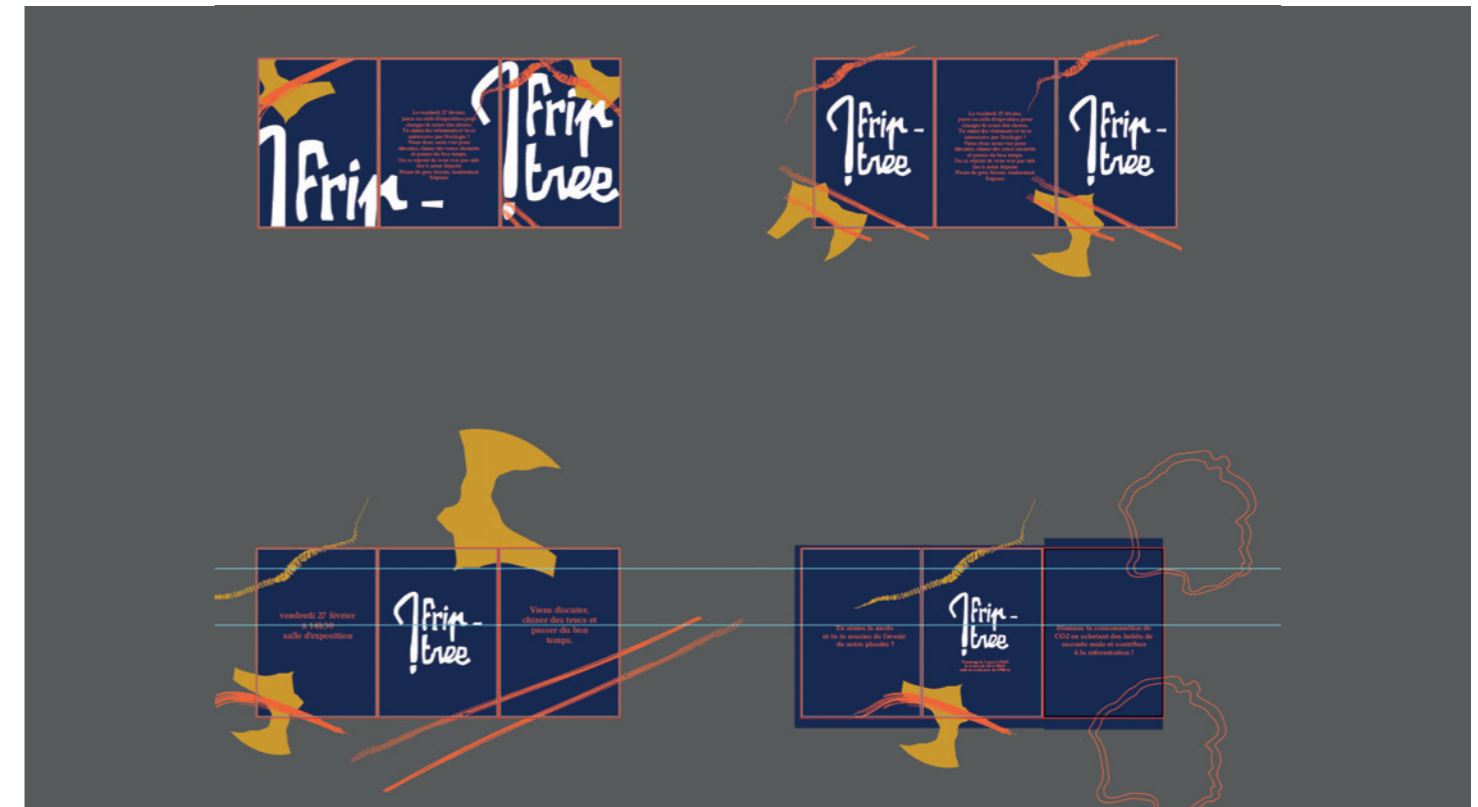


5.6 Recherche affiches

Pour les affiches, nous avons directement effectué des essais sur ordinateur, jusqu'à trouver une composition qui nous plaisait.

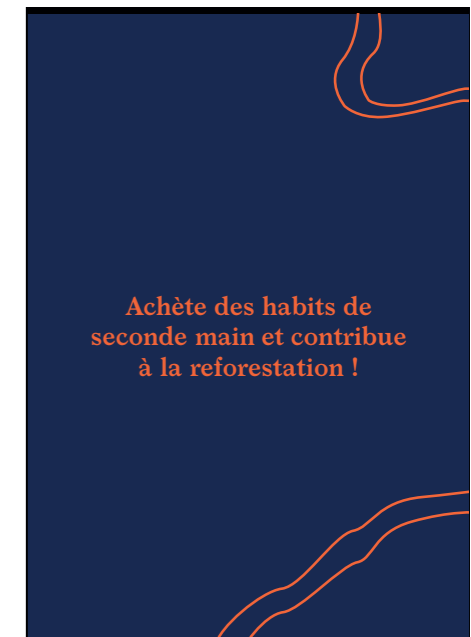
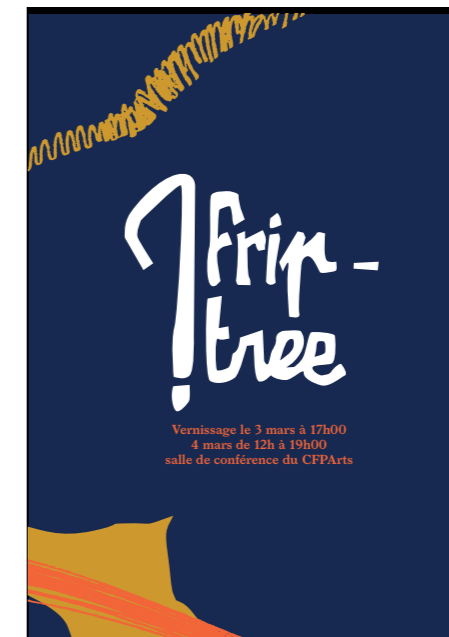
Nous nous sommes mises d'accord sur un petit texte accrocheur qui puisse attirer les gens à l'événement et qui résume, en quelques lignes, le but de notre vente.

Nous avons repris les codes couleur et les éléments graphiques de notre patch sans pour autant le faire figurer dans son intégralité sur l'affiche. Nous voulions que ce dernier soit une découverte, le jour de l'événement.



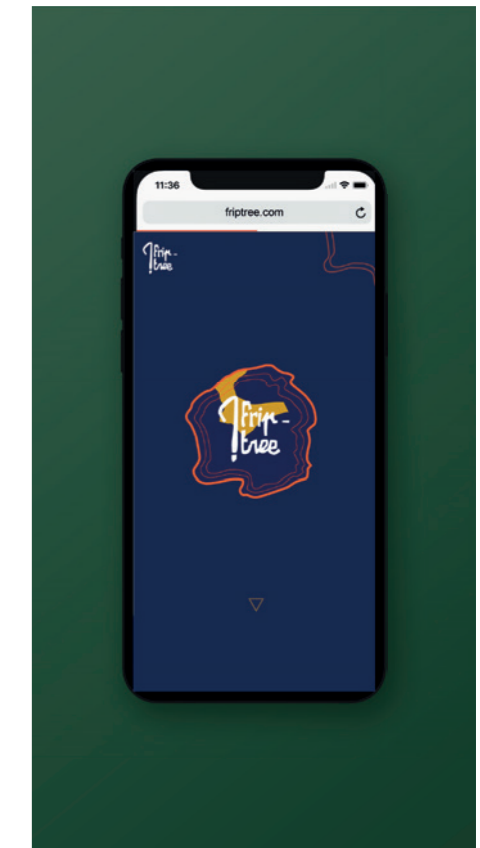
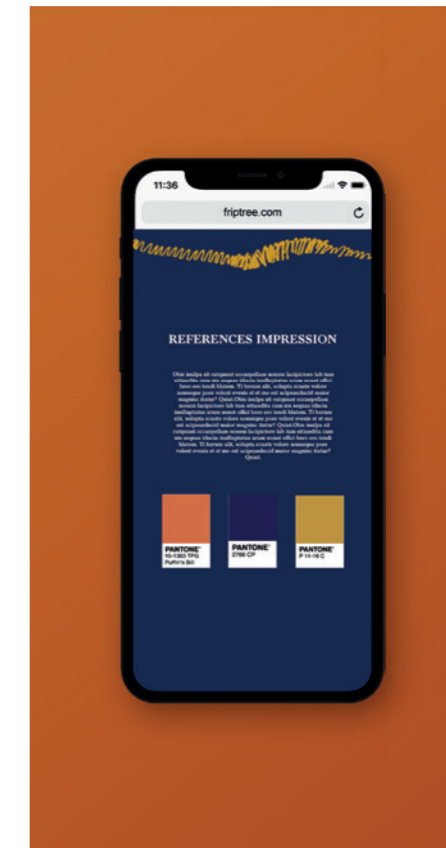
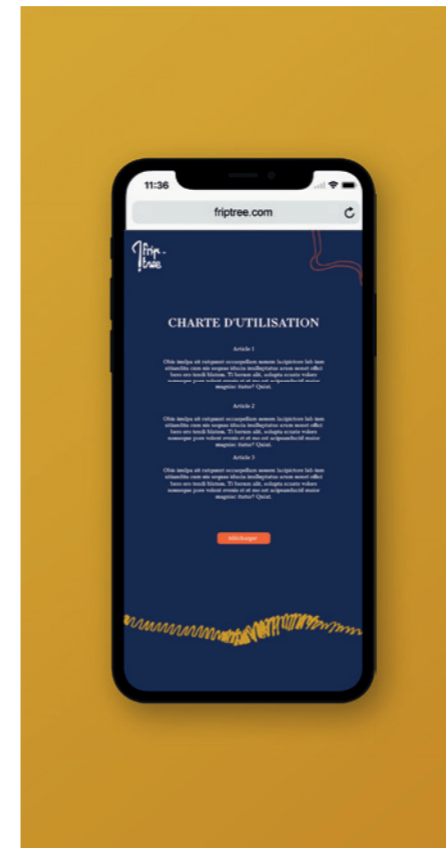
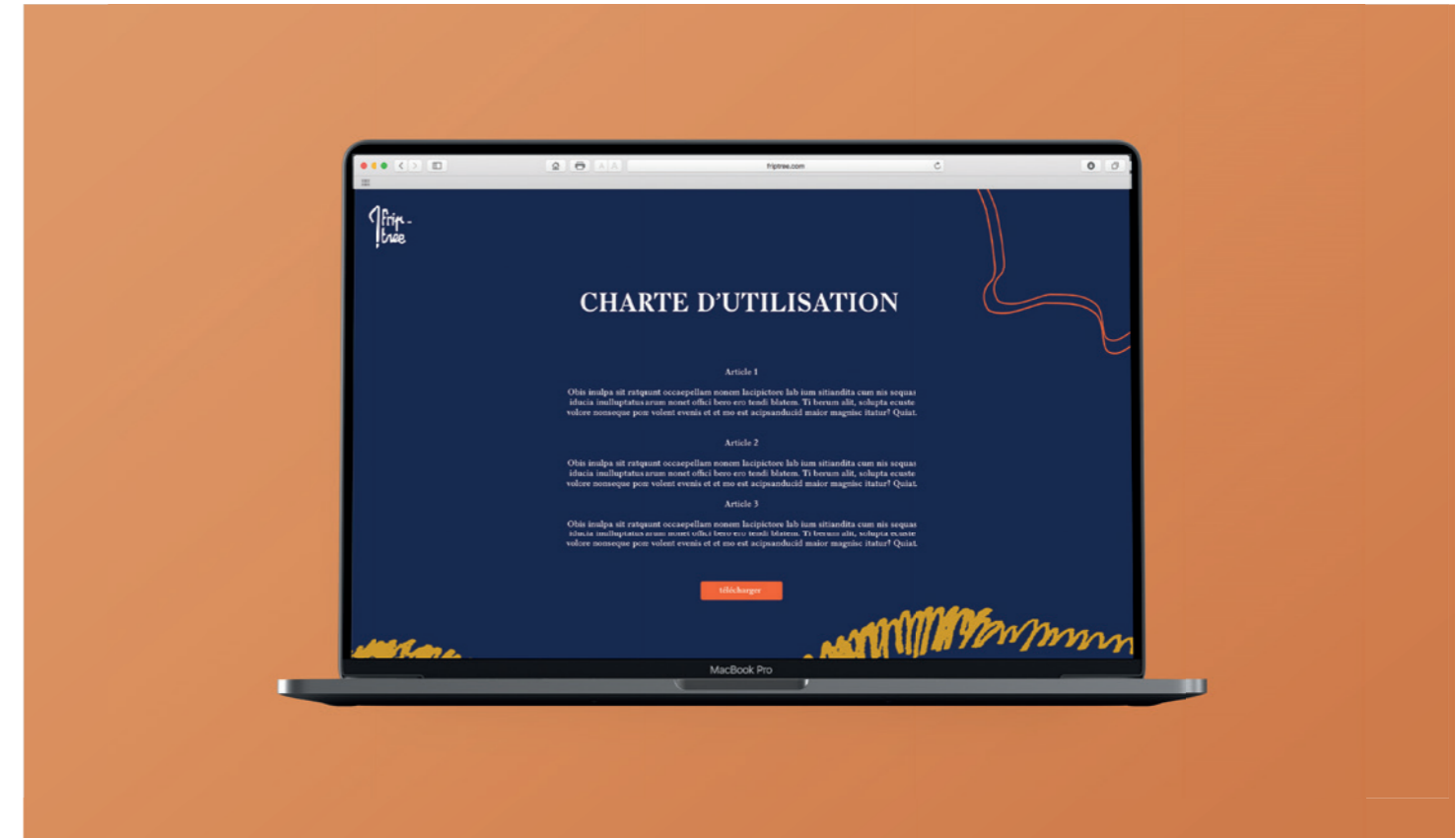
5.6 Recherche affiches (final)

Pour nos affiches, nous avons choisi la forme du triptyque par choix esthétique mais aussi pour obtenir plus d'impact et de visibilité.
Cela nous a également permis de placer tout notre texte sans pour autant trop charger l'affiche.



5.7 Création de maquette pour un site web

Pour donner plus d'ampleur au projet, nous avons imaginé créer une charte qui détaillerait la démarche derrière ce logo. La charte serait mise à disposition en ligne pour que tout le monde puisse utiliser notre logo et reproduire l'action ! Le but est de permettre ainsi à FripTree de prolonger son existence au-delà de l'évènement initial et d'augmenter ainsi son impact. Ainsi, pour autant qu'ils respectent la charte, ceux qui le souhaitent pourront télécharger ce logo, l'imprimer, l'afficher sur les réseaux sociaux, et biensûr en faire un patch pour le coller sur des habits de seconde mains. Si ces derniers sont mis à la vente il faudra s'assurer qu'au moins un arbre soit planté avec les bénéfices de la vente de l'article. (selon notre charte.)



5.7 Budget total du projet

Lorsque l'idée de créer des patches nous est venue, nous avons très vite convenu qu'il faudrait établir un budget et que ce dernier allait être conséquent au regard de nos moyens d'étudiantes.

Nous avons donc décidé de mettre 150CHF de budget chacune. Ce qui nous fait 300CHF au total.

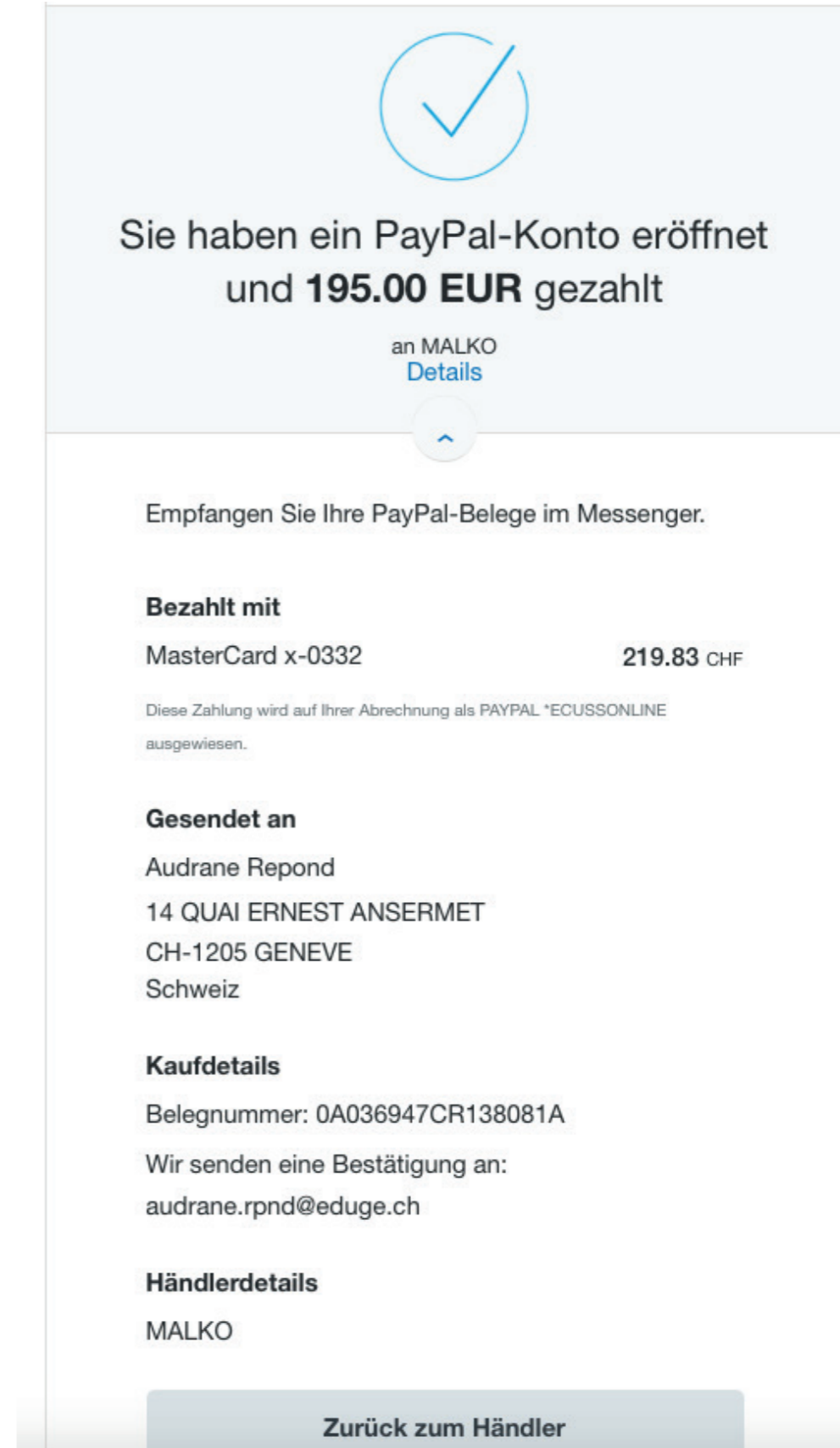
La commande, la fabrication et la livraison des patch thermocollants nous à coûté un total de 219.80 CHF


Pour les affiches, le prix est de 50 centimes par feuille. Nous avons imprimés notre triptyque 8 fois, soit $3 \times 8 \times 0.5 = 12$ CHF

Nous avons également acheté des boissons pour le vernissage : 28 CHF

Calcul des dépenses :
220 CHF
12 CHF
28 CHF

TOTAL 260 CHF





Sie haben ein PayPal-Konto eröffnet und 195.00 EUR gezahlt

an MALKO
[Details](#)

Empfangen Sie Ihre PayPal-Belege im Messenger.

Bezahlt mit
MasterCard x-0332 **219.83 CHF**

Diese Zahlung wird auf Ihrer Abrechnung als PAYPAL *ECUSSONLINE ausgewiesen.

Gesendet an
Audrane Repond
14 QUAI ERNEST ANSERMET
CH-1205 GENEVE
Schweiz

Kaufdetails
Belegnummer: 0A036947CR138081A
Wir senden eine Bestätigung an:
audrane.rpnd@eduge.ch

Händlerdetails
MALKO

[Zurück zum Händler](#)

6. CALCULS

6.1 Calculs détaillé

Lors de l'évènement nous avons noté chaque personne qui nous ont rendu visite. Nous avons également pu estimer l'impact de nos affiches en comptabilisant le nombre d'élèves.

Nombre de personnes touchées :

durant l'évènement :

Jour 1 : 66 personnes [bénéfiques : 223 chf]
Jour 2 : 164 personnes [bénéfiques: 477,50 chf]
TOTAL : 230 personnes [bénéfiques: 700,90 chf]

sur les réseaux sociaux:

poste instagram :

85 likes : personnes qui ont aimé notre publication

16 partages : chaque personne qui partage notre publication donne de la visibilité en plus à notre poste car il est ainsi vu par tout les abonnés de ce dernier. (cela n'est pas calculable avec des chiffres concrets).

20 enregistrements : cela signifie que ces 20 personnes ont sauvegardés notre poste afin de ne pas manquer la date par exemple.

dans les couloirs de notre/autre école:

Nous avons potentiellement touché les 630 étudiants de notre école. (cfpa) à cela s'ajoute les élèves du collèges voltaire et de la HEAD.

AU TOTAL : 945 personnes et celles que nous n'avons pas pu comptabiliser durant l'action [collèges voltaire, partage sur les réseaux, HEAD, bouche à oreille]

Nombre d'arbre plantés : 210 arbres au total

Grâce à nos 210 arbres plantés nous avons:

- stocké 32 tonnes de CO2
- Créé 630 abris pour des animaux
- Généré 840 mois d'oxygène
- Créé 210 heures d'emplois

Pourquoi planter votre forêt ?



Parce que la forêt est la meilleure solution pour le climat et la biodiversité

Nos émissions de CO2 sont responsables du changement climatique. Il nous faut les réduire et les compenser sans plus attendre. Saviez-vous qu'après réduction, les émissions de CO2 d'une vie peuvent être compensées par la plantation d'une forêt d'environ 5 000 arbres ? Si chaque Français réduit ses émissions et laisse sa forêt individuelle derrière lui, l'impact sur le climat sera visible très rapidement !

Particuliers et entreprises, tout le monde peut planter sa forêt pour avoir un impact concret sur la qualité de l'air que l'on respire, de l'eau que l'on boit, de la vie animale et végétale.

Piura (Pérou)

14 385 arbre(s) planté(s)

Au cœur de la région de Piura, au nord du Pérou, notre projet de reboisement vise à planter 500 000 arbres afin de restaurer les sols dégradés et lutter contre la désertification. La plantation de forêts permettra de limiter l'érosion et d'apporter une source de revenus complémentaires aux habitants de la région.

→ Voir le projet

Bénéfices du projet

- CLIMAT**
2 157 tonne(s) de CO2 stockée(s)
- BIODIVERSITÉ**
43 155 abris pour animaux créé(s)
- SANTÉ**
57 540 mois d'oxygène généré(s)
- EMPLOI**
14 385 heure(s) de travail créée(s)

reforestACTION
Avec ensemble pour l'homme & l'environnement

Sur reforestaction.com
Amara Fossati

a planté 210 arbres dans sa forêt à Piura (Pérou)
le 09 mars 2020

Bénéfices générés

- CLIMAT**
32 tonnes de CO2 stockées
- BIODIVERSITÉ**
630 abris pour animaux créé(s)
- SANTÉ**
840 mois d'oxygène généré(s)
- EMPLOI**
210 heure(s) de travail créée(s)

7. RAPPORT DE PROJET

7.1 Retrospective

Nous avons selon nous atteint notre objectif, nous avons pu sensibiliser un grand nombre de personnes durant notre action. Le résultat final a été grandement plus grand que ce que nous projetions, nous avons été étonnée du nombre de personnes qui sont venues à notre événement. Nous nous attendions à moins de personnes, c'était un succès !

Nous avons effectuée toutes les étapes de notre projet et nous avons réussi à finir à temps malgré que les dates de notre événement aies été fixé tardivement.

Nous sommes très heureuse du résultat final de ce projet et de l'impact que cet événement a eu sur notre entourage, notre école et nous-même. Il y a eu des très bon retour dans notre école après l'évènement, nous avons déjà pu voir nos patch, porté par les élèves comme les enseignants dans nos couloirs.

Nous avons eu de nombreuses demandes pour une nouvelle édition de notre friperie... pourquoi pas cet été?



7.2 Prise de conscience

Ce projet nous a surtout redonné espoir. En effet, on peut parfois se sentir seule face à nos questionnement concernant le futur de notre planète. Voir l'engouement et l'envie d'agir chez chacun de nos clients nous à émue. Les échanges ont été très riche et intergénérationnel. Nous nous sommes tous uni pour la même cause. Le fait de savoir que leurs achats contribuaient à la plantation de nouveaux arbres les ravis-saient et nous de même.

- Nous envisageons de réitérer cet action avant les vacances d'été, ou à la rentrée prochaine.

-Nous souhaitons pousser et concrétiser notre idée de site internet.

- Un magasin de seconde main à Genève est intéressé par notre démarche et nos patches. (collaboration)

- Nous continuerons à poster du contenu sur le sujet sur nos réseaux sociaux.

7.3 Perspective



Notes de fin

- 1 <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/changement-climatique-rechauffement-climatique-quelques-chiffres-donnent-reflechir-77697/>
- 2 <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>
- 3 <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/acv-biens-equipements-201809-rapport.pdf>
- 4 https://www.liberation.fr/planete/2019/01/17/environnement-ce-que-pesent-vraiment-nos-habits_1703423
- 5 <https://www.wri.org/blog/2019/01/numbers-economic-social-and-environmental-impacts-fast-fashion>

Bibliographie

https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/09/01/co2-eau-microplastique-la-mode-est-l-une-des-industries-les-plus-polluantes-du-monde_5505091_4355770.html

https://www.liberation.fr/planete/2019/01/17/environnement-ce-que-pesent-vraiment-nos-habits_1703423

<https://www.wwf.ch/fr/nos-objectifs/wwf-rapport-sur-lindustrie-de-lhabillement-et-des-textiles>

annexes

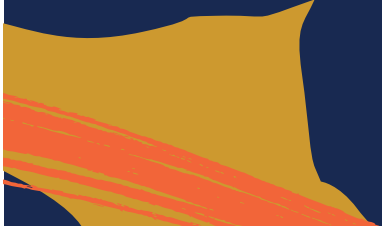


**Tu aimes la mode
et tu te soucies de l'avenir
de notre planète ?**



!tree

Vernissage le 3 mars à 17h00
4 mars de 12h à 19h00
salle de conférence du CFPArts



**Achète des habits de
seconde main et contribue
à la reforestation !**



TU VEUX FAIRE PARTIE DE LA BOUCLE ?

DONNE NOUS UN HABIT,
REPLANTE UN ARBRE !

Récolte d'habits pour un projet sur
l'upcycling et l'économie circulaire.
Évènement à venir...



TU VEUX FAIRE PARTIE DE LA BOUCLE ?

DONNE NOUS UN HABIT,
REPLANTE UN ARBRE !

Récolte d'habits pour un projet sur
l'upcycling et l'économie circulaire.
Évènement à venir...









