



Infolettre

du Projet de partenariat CAOPA/REPF
sur les déchets plastiques marins



Vol. I No 14

Norden, les manteaux québécois faits de bouteille plastique grâce à un entrepreneur créatif et à l'économie circulaire



Harmoniser sa vie professionnelle à ses valeurs personnelles, voilà ce qui a poussé Mayer Vafi à cofonder *Better Narrative* en 2018 et à créer la marque *Norden*. Il était alors directeur créatif et des affaires au sein de la marque de vêtements *Pajar* et parcourait le globe à la recherche de duvets et autres fourrures pour la fabrication de manteaux. Une situation antinomique pour cet adepte du véganisme, ce qui le poussait finalement à laisser derrière lui une brillante carrière de 15 ans. «*Le défi était de continuer à travailler dans les vêtements techniques, mais avec de meilleures pratiques*», précise-t-il. Une réflexion qui, au-delà du véganisme, l'a mené à explorer les principes de l'économie circulaire.

***Norden*, c'est la marque de commerce d'une entreprise qui est en mesure de garantir le nombre de bouteilles revalorisées dans ses manteaux et de retracer l'origine de chaque fil utilisé.**

De là est née *Norden*, une marque de vêtements et d'accessoires véganes, fabriqués en polyester issu de bouteilles en plastique recyclées. «Comparé à un vêtement ordinaire, l'utilisation de ce fil dans le processus de fabrication permet de consommer 45% moins d'énergie, 20% moins d'eau et d'émettre 30% moins de GES.» Misant sur la transparence, le choix du fabricant de fil s'est porté sur *Repreve*, entreprise américaine de recyclage qui a développé deux technologies de traçabilité de son produit. La première, *FiberPrint*, imprime sur le fil un numéro de série afin de connaître la provenance et le nombre de bouteilles utilisées pour la confection d'un vêtement. La seconde, *UTrust*, permet de vérifier l'utilisation effective du fil dans le produit fini, décourageant ainsi toute publicité mensongère.

Plus largement, l'ambition de *Better Narrative* est de boucler la boucle du cycle de vie de ses produits. L'entreprise propose ainsi un programme de reprise des manteaux au minimum deux ans après leur achat en échange d'un rabais au prochain achat. Les manteaux repris sont lavés, réparés et vendus à prix réduit ou remis à un organisme de bienfaisance, tel que la Mission Bon Accueil qui accueille à Montréal des sans-abris. À défaut, *TerraCycle*, en Ontario, revalorise les vêtements défectueux pour en faire à nouveau du fil polyester.

Si la confection des composantes des manteaux se fait actuellement en Chine pour assurer un certain volume et l'accessibilité du produit fini à un prix raisonnable, l'usine sélectionnée est certifiée **WRAP** (Worldwide Responsible Accredited Production), garantissant ainsi une fabrication textile «légale, humaine et éthique».

Autant de valeurs qui ont permis à *Better Narrative* d'obtenir la certification PETA, garantissant des produits véganes, et d'être en cours de certification B-Corp afin d'encadrer et valider ses performances en développement durable. Après le succès rencontré l'an dernier dans le cadre d'un pré-lancement avec quatre détaillants, *Better Narrative* est sur le point d'effectuer le lancement officiel de sa marque de manteaux *Norden* auprès de 75 points de vente au Canada, en Allemagne et au Japon. Des imperméables, des bottes d'hiver et des sacs d'école, tous fabriqués à partir de matériaux recyclés, compléteront la gamme de produits en 2020. À long terme, Mayer Vafi compte rassembler au Québec toutes les étapes du processus de fabrication, du recyclage des bouteilles récupérées localement jusqu'à la confection.

Source : Forum Novae – Plastique du 24 octobre 2019



Déchets plastiques: une poignée de multinationales polluent la planète

Des dizaines de milliers de déchets plastiques polluant la planète sont générés par une poignée de multinationales dont Coca-Cola, Nestlé ou encore Pepsico, a assuré Break Free from Plastics, une coalition mondiale d'ONG, dans un rapport publié récemment à Manille.

Cette coalition internationale composée de 1475 organisations écologistes, dont Greenpeace, reproche à ces multinationales de se dédouaner, pour la plupart, de la responsabilité du nettoyage de la pollution due à leur activité.

Des volontaires de la coalition ont collecté près d'un demi-million de déchets plastiques lors d'une «Journée mondiale du nettoyage de notre planète» coordonnée dans 51 pays, il y a quelques semaines, dont 43% de marques reconnaissables.

Pour la deuxième année consécutive, Coca-Cola s'est classé au premier rang des pollueurs avec 11 732 déchets plastiques collectés dans 37 pays sur quatre continents cette année. Parmi les dix principaux producteurs de déchets plastiques collectés figurent aussi Nestlé (4846), Pepsico (3362), Unilever (3328), Procter & Gamble (1160), Philip Morris (2239) ainsi que Mars, Colgate-Palmolive, Perfetti Van Mille et Mondelez International, selon le classement de la coalition.

Si nombre de pays asiatiques déversent leurs déchets dans les océans, «les véritables responsables du gros de la pollution plastique en Asie sont les multinationales dont les sièges se trouvent en Europe et aux États-Unis», souligne le rapport.

Nestlé a cependant répondu qu'il travaillait sur des solutions visant à «rendre de tels rapports obsolètes». « En tant que première compagnie mondiale pour l'alimentation et les boissons, nous savons que nous avons un rôle important à jouer dans l'élaboration de solutions durables pour lutter contre la problématique des déchets plastiques », a déclaré un porte-parole dans un communiqué. « Il est totalement inacceptable que les emballages (plastiques) finissent comme déchets dans l'environnement et nous travaillons dur pour rendre tous nos contenants soit recyclables, soit réutilisables d'ici 2025 », a-t-il ajouté.

Coca-Cola et Pepsico, à l'instar de Nestlé, ont indiqué qu'ils allaient rendre leurs emballages recyclables, réutilisables ou compostables d'ici 2025. Les géants de la boisson se sont également retirés de l'organisation américaine de l'industrie du plastique.

«Changer la façon dont la société fait, utilise et jette les emballages est un objectif complexe et nous y prenons part», a dit un porte-parole de Pepsico. « Nous voulons aider à élaborer un système où l'emballage plastique ne devient jamais un déchet », a-t-il ajouté.

Coca-Cola, de son côté, a dit dans un communiqué qu'il cherchait à empêcher les déchets plastiques de finir en mer, ce qu'il qualifie «de problème mondial crucial». «Chaque fois qu'un de nos emballages termine dans les océans, ou là où il ne devrait pas, est inacceptable pour nous», a-t-il souligné.

Créditant les marques de reconnaître généralement leur rôle dans la propagation de cette pollution, la coalition des ONG juge qu'elles « s'acharnent à promouvoir de fausses solutions pour répondre au problème ». « La promotion du recyclage est leur manière de faire porter la responsabilité aux consommateurs », ajoute-t-elle, précisant qu'à peine 9% de la totalité des matières plastiques produites depuis les années 50 ont été recyclées.

« Les entreprises continuent de tirer profit de l'abondante production de plastique à usage unique tandis que partout dans le monde, les collectivités sont obligées d'en supporter le fardeau », a regretté Break Free from Plastics, qualifiant cette situation d'« inacceptable ».

Source : La Presse+, 23 octobre 2019

Les Africains peinent à se mobiliser sur le climat

(Accra) Au moment où Greta Thunberg et le mouvement écologiste *Extinction Rebellion* encouragent des centaines de milliers de personnes à dénoncer l'inaction des gouvernements contre la crise climatique, les activistes africains ont toujours du mal à se faire entendre, d'après les données recueillies par l'Institut de recherche *Afrobaromètre*.

L'Afrique est pourtant face à d'importantes et néfastes conséquences du changement climatique, et l'ONU a relevé une forte augmentation des inondations, des risques d'insécurité alimentaire généralisée, et des pertes économiques majeures. La sensibilisation reste faible toutefois et une étude de l'Institut a révélé en août que quatre Africains sur dix n'avaient jamais entendu parler du changement climatique.

Au cours de la conférence *Climate Chance* qui s'est tenue récemment à Accra, des centaines de militants, de responsables gouvernementaux locaux et des investisseurs privés du continent, particulièrement d'Afrique de l'Ouest, se sont rencontrés pour tenter d'adopter une marche à suivre commune.

L'Afrique ne produit qu'une infime fraction des émissions mondiales de gaz à effet de serre et la lutte contre le changement climatique est souvent perçue comme un problème concernant les habitants des économies développées.

Les manifestations pour le climat qui ont réuni des centaines de milliers de personnes de Sydney à Stockholm n'ont en revanche mobilisé que quelques centaines de personnes pour des manifestations dans les capitales du continent, à l'exception de l'Afrique du Sud.

Pour l'ancien ministre béninois de l'Environnement, Luc Gnacadja, qui était présent au Sommet d'Accra, le manque d'accès à l'information et à la sensibilisation sont les problèmes majeurs en Afrique. Il note aussi qu'en Afrique, où la question du respect des aînés reste un sujet tabou, les jeunes n'ont pas la même voix que dans les pays occidentaux. « Ils ne peuvent pas simplement parler comme Greta Thunberg », explique-t-il à l'AFP. « Ils ne peuvent pas s'avancer et lancer "Comment avez-vous osé ?" en parlant à la génération au-dessus d'eux », relève l'ex-ministre.

« Insister et insister »

C'est pourtant ce que tentent de faire certains d'entre eux, comme Patience Alifo, Ghanéenne de 23 ans. Cette militante écologiste insiste pour que les jeunes soient davantage inclus dans le débat, et regrettent d'ailleurs qu'ils n'aient pas été davantage présents au sommet d'Accra.

Les autorités en place n'accordent aucun espace de discussion avec les jeunes militants, selon elle, et n'écoutent aucune des solutions qu'ils pourraient apporter à la lutte contre le changement climatique.

« Nous représentons la nouvelle génération et nous en subissons les conséquences », s'empare-t-elle. « S'ils étaient mieux informés des risques, je suis sûre que plus de jeunes seraient ici pour défendre de meilleures politiques publiques ». « Mais nous allons insister, et insister jusqu'à ce qu'il y ait du changement », a-t-elle promis à Accra.

Mais plus que d'une voix, les environmentalistes africains ont surtout besoin de données localisées et fiables au sujet de l'impact des changements climatiques sur les populations et l'économie afin de pouvoir commencer à mener une lutte efficace et ciblée.

Source : La Presse+, 19 octobre 2019

Des archéologues Belges découvrent la tombe de Toutanbidon...



... sur une plage d'Égypte

Références documentaires / Vidéos

Seaqual, une ONG engagée dans la collecte des déchets plastiques marins

Voir <https://www.youtube.com/watch?v=rT6faJ47B1M&feature=youtu.be> (en anglais)

Voir aussi <https://www.youtube.com/watch?v=oScOv0Sv7ls> (en anglais)

How We Can Keep Plastics Out of Our Ocean | National Geographic

Voir <https://www.youtube.com/watch?v=HQTUWK7CM-Y> (en anglais)

What really happens to the plastic you throw away - Emma Bryce (TED – Ed)

Voir <https://www.youtube.com/watch?v=6xINyWPpB8> (en anglais, mais avec sous-titres français)

Revue de presse

Alimentation / Emballage GreenPeace interpelle les supermarchés

http://plus.lapresse.ca/screens/b1984b43-3982-4a8b-a0b3-d67765f45f3d_7C_0.html?utm_medium=Email&utm_campaign=Internal+Share&utm_content=Screen

National Geographic / Why does the Arctic have more plastic than most places on earth ?
<https://www.nationalgeographic.com/science/2019/10/remote-arctic-contains-more-plastic-than-most-places-on-earth/#close>

Société / À contre-courant de la marée plastique
http://plus.lapresse.ca/screens/3235f762-c4b2-4645-90b9-a13798d0b251_7C_0.html?utm_medium=Email&utm_campaign=Internal+Share&utm_content=Screen

Cette Infolettre est diffusée sur une base mensuelle ou bimensuelle selon les circonstances. Elle est rédigée dans le but de rendre compte des progrès du Projet de partenariat CAOPA/REPF sur les déchets plastiques marins. Tout commentaire est bienvenu et peut être adressé à :

Secrétaire général, Regroupement des Écoles de Pêche Francophones
Tél. et fax: 1 (514) 381-8083 Email : millemadma@hotmail.com