

LE CONSOMMATEUR



Il préfère le neuf et n'aime pas imaginer acheter un vêtement qu'une autre personne a porté. Son hobby, c'est d'acheter les nouvelles tendances chez ZoRo, une marque pas chère. Il revend chaque année ses anciens vêtements en seconde main chez SecondLook pour faire de la place.

LA COMMERÇANTE



Elle a un commerce de vente de vêtements de seconde main, SecondLook. Elle veut créer un mouvement de solidarité entre les habitants de sa petite ville. Elle est écoeurée par la quantité de vêtements à petits prix vendus dans d'autres magasins.

LA MÈRE DE FAMILLE



Elle a trois enfants dont des jumeaux : ceux-ci grandissent et l'achat de vêtements représente un gros budget. Elle va de plus en plus acheter en seconde main, pour elle et ses enfants, mais il faut encore que les vêtements plaisent aux enfants...

LA JOURNALISTE



Elle a fait des reportages sur la confection de vêtements dans des pays où les conditions de travail sont très mauvaises. Elle veut aussi conscientiser le public sur les enjeux de la production de matières premières qui demande de l'énergie et de l'eau en abondance.

LE PUBLICITAIRE



Il a un blog sur la mode et adore chercher de nouvelles combinaisons cool. C'est son moyen d'expression. Il déteste les vêtements des grandes chaînes qu'il appelle "prêts à jeter". Il préfère acheter en seconde main pour compléter ses looks.

LA FEMME D'AFFAIRES



Elle dirige la chaîne de magasins de vêtements ZoRo. La mode change chaque année et les clients se détournent s'il n'y a pas de renouvellement constant ! Grâce à ses bénéfices, elle a pu engager 3000 salariés l'année dernière et créer une nouvelle collection qui met les ados en valeur.

LE CITOYEN

