

**Métro (fr)**

Date: 12-05-2023

Page: 12

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: 63788

Audience: 469168

Size: 548 cm<sup>2</sup>**LA FACE CACHÉE DE LA FAST-FASHION**

# Pourquoi Shein cartonne et c'est problématique

**Vendredi dernier, la célèbre marque chinoise de fast fashion inaugurerait un pop-up store à Paris. Pendant quatre jours, la boutique a accueilli plus de 10.000 clients enthousiastes. Un vrai succès pour la marque, pourtant toujours aussi controversée. Décryptage.**

Avec ses **prix cassés** défiant toute concurrence, la fast-fashion attire toujours autant. Pour preuve, la file de 3h devant la nouvelle boutique éphémère Shein qui ouvrait il y a une semaine. Le constat est clair : la marque a beau être pointée du doigt pour son **manque d'éthique**, elle continue de vendre. Mais à quel prix ?

**Succès aveugle**

« C'est un peu le paradis ici. J'achète toutes les semaines sur le site Internet. Je ne pouvais pas rater ça », déclarait Solène au journal « Le Monde » en attendant de pouvoir rentrer dans la boutique Shein. Et elle n'était pas la seule à avoir fait le déplacement pour découvrir le **magasin éphémère** du géant de la fast-fashion. Sur quatre jours, ce sont **10.000 clients** qui étaient attendus. Comment expliquer ce succès ? Pourquoi Shein et, de manière générale, la fast-fashion vendent autant ? La réponse tient en deux mots : **le prix**. Car oui, ce qui permet aux marques de vendre leurs



Photos Abacapress / T. Stevens

pièces en grand nombre, ce sont les **prix cassés** qu'elles indiquent. Proposer un t-shirt à quatre euros, c'est la promesse de vente assurée. Pourtant, les **coûts sociaux et environnementaux** d'un tel modèle de production et de consommation sont de plus en plus connus.

**Coût social**

Pour rendre possible la production de vêtements à moindre coût



et proposer des prix de vente très bas, l'enseigne n'hésite pas à sacrifier le bien-être de ses travailleurs. Les **conditions de travail des ouvriers** dans les usines de fast-fashion sont souvent **médiocres** et leurs **salaires ridicules**. Selon nos confrères de la Libre, « en Inde, une usine officielle emploie environ 800 ouvriers six jours sur sept, dix heures par jour, pour des salaires mensuels de 90 € ».



### Coût environnemental

Comme souvent avec un tel modèle de production, c'est la planète qui trinque. Chaque année, ce serait **1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre** qui sont rejetées par l'industrie textile. Une pollution à laquelle la fast-fashion participe grandement en incitant à **acheter toujours plus**. Un autre problème : ces habits étant souvent de **mauvaise qualité**, ils ne restent pas longtemps en bon état. Une fois jetés, ils sont **rarement recyclés** et beaucoup sont envoyés dans les pays du Sud. Selon un rapport de Clean Up Kenya et Wildlight « plus de 900 millions d'articles textiles usagés auraient été exportés à destination du Kenya en 2021 ».

Acheter de la fast-fashion n'est ni éthique, ni bon pour la planète. Tu ne pourras pas dire que tu ne savais pas !

(cd)

## La fast-fashion en 5 chiffres hallucinants

### 100 milliards

C'est le nombre de vêtements qui sont vendus chaque année à travers le monde. Leur **production a doublé** entre 2000 et 2014, relève un rapport de l'Ademe. Mais si nous achetons plus, on jette aussi plus rapidement : en moyenne, on conserve nos vêtements moitié moins longtemps qu'il y a 15 ans.

### 4 milliards de tonnes

C'est la quantité, en équivalent CO<sub>2</sub>, d'émissions générées par l'industrie textile en un an. Autrement dit, c'est plus que les vols internationaux et le trafic maritime... réunis ! Si l'on poursuit à ce rythme, prévient l'Ademe, on pourrait grimper jusqu'à 26 % des émissions de GES d'ici 2050.

À lui seul, Shein serait responsable de **22 % des émissions de CO<sub>2</sub>** des adolescentes, révélait une étude publiée par Teenage Lab en mai dernier.

Toutes ces émissions proviennent notamment du transport des vêtements, depuis l'acheminement des matières premières jusqu'à l'arrivée des pièces dans notre garde-robe. Ainsi, un jean parcourt **65.000 km** pour atteindre sa destination, soit 1,5 x le tour de la Terre.

### 500

C'est le nombre de nouvelles pièces que le géant chinois Shein ajoute chaque jour à son catalogue. Au total, cela fait plus de **200.000 nouveaux produits** proposés chaque année. Avec un prix moyen de... **7,90 €**.

Autre mastodonte de la fast-fashion, Zara sort plus de 65.000 nouveaux produits chaque année.

### 14,8 kg

C'est la quantité de vêtements que chaque Belge met à la poubelle chaque année. À l'échelle de l'Europe, 4 millions de tonnes de textiles sont jetées tous les ans.

Et à travers le monde, c'est l'équivalent d'**une benne de vêtements qui est jetée chaque seconde**.

### 0,18 €

C'est, selon Oxfam, le montant que touche une ouvrière asiatique pour un T-shirt vendu à 29 € en Europe (soit 0,6 % du prix de vente).

En 2021, Public Eye avait enquêté sur les coulisses de Shein, notamment en visitant les usines de ses fournisseurs en Chine. Le rapport de l'ONG contenait des révélations accablantes. Il démontrait notamment que les ouvriers et ouvrières travaillent onze à douze heures par jour, avec un seul jour de congé par mois. Soit plus de **75 heures par semaine**, ce qui est tout à fait illégal.

Pour réduire l'impact de la fast-fashion, achetons moins mais achetons mieux !

## Bientôt 54 'communes du commerce équitable' en FWB : quels sont les critères pour le devenir ?



© Communes du commerce équitable

**Parmi l'ensemble des communes de la Fédération Wallonie-Bruxelles, 53 portent le titre de 'communes du commerce équitable' et privilégient un mode de consommation plus durable, éthique et responsable.**

Quels sont les critères pour obtenir ce titre ? Les explications de Caroline Laroye, coordinatrice de la campagne 'Communes du commerce équitable'.

### Publicité

En Belgique, c'est Bruxelles qui a été pionnière en obtenant, dès 2006, le titre de commune du commerce équitable. Ixelles a suivi en 2008. En Wallonie, Mons a ouvert la voie en 2010. Aujourd'hui, 53 communes sont labellisées au niveau de la Fédération Wallonie-Bruxelles, dont une petite dizaine de communes bruxelloises.

Une 54e commune va bientôt recevoir ce titre de commune du commerce équitable, et c'est Rochefort

"C'est un titre honorifique qui demande un engagement tant politique que citoyen explique Caroline Laroye.

Politique, parce qu'une résolution communale doit d'abord être votée au sein du conseil communal et acceptée par tous les partis. C'est un engagement aussi dans la consommation au sein de l'administration. Ensuite, c'est de

la mobilisation et de la sensibilisation citoyenne, au travers des autres critères et des acteurs locaux qui vendent des produits issus du commerce équitable dans leur commerce ou dans le secteur Horeca."

Le commerce équitable est souvent associé au commerce avec les pays producteurs du sud, où les conditions de travail sont défavorables aux producteurs et productrices.

Parmi les 10 principes du commerce équitable, outre le juste prix, il y a notamment l'égalité des chances, la transparence dans les échanges, le respect de l'environnement, le respect des bonnes conditions de travail, l'interdiction du travail forcé, la liberté d'association... L'objectif étant le bien-être autour de la production et du travail.

Aujourd'hui, l'accent est de plus en plus mis aussi sur le commerce équitable du nord. La récente campagne 'Communes du commerce équitable' insistait sur la nécessité de soutenir des initiatives de production locale, durable et le plus possible équitable, pour que les producteurs et productrices de chez nous obtiennent une rémunération plus juste.

6 critères sont requis pour l'admission à ce titre, à commencer par encourager l'administration communale à faire figure d'exemple, par l'achat de produits issus du commerce équitable. Les communes, via les marchés publics, peuvent en effet avoir un impact considérable sur les décisions de consommation au sein de leur administration, explique Caroline Laroye.

Elles devront ensuite soutenir les citoyens dans leurs initiatives de commerce ou d'Horeca équitables, et les aider à mettre en évidence la complémentarité entre les produits du sud, comme le café ou le chocolat, et les produits locaux.

Il est essentiel aussi de communiquer largement sur le commerce équitable, d'en faire la promotion dans les écoles, les entreprises, les associations, pour qu'elles favorisent l'achat de produits équitables. Beaucoup d'organisations de jeunes mettent d'ailleurs spontanément en place des actions en ce sens, c'est le cas à Rochefort, souligne Caroline Laroye.

La journée mondiale du commerce équitable du 13 mai a permis de communiquer sur le sujet et de lancer dans les communes une série d'activités et de matinées de rencontre labellisées 'Communes du commerce équitable', en vue de sensibiliser de nouveaux publics. Des petits-déjeuners Oxfam sont prévus un peu partout fin mai et en juin, dont un petit-déjeuner au Parlement wallon le 16 mai.

Un rendez-vous à ne pas manquer : la Semaine du Commerce équitable, du 4 au 14 octobre prochain !







**Nord Eclair (éd. Tournai & Mouscron)**

Date: 19-05-2023

Page: 6

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: -

Audience: -

Size: 139 cm<sup>2</sup>**DOTTIGNIES**

# La Ligue des Familles organise son 20<sup>e</sup> petit-déjeuner

**MARGAUX TRINTIGNAC**

Le dimanche 11 juin prochain, entre 8h et 11h30, dans le Hall de l'Europe, rue de l'Arsenal à Dottignies, la Ligue des Familles organise sa 20<sup>e</sup> édition du petit-déjeuner, dans un thème local et sportif !

La Ligue des Familles est une association qui soutient et défend toutes les familles de Wallonie. Mono-parentale, homosexuelle, traditionnelle... chacune est accueillie à bras ouverts.

« Nous ne sommes pas à but lucratif, c'est une initiative sociale pour vivre un bon moment en famille ! », explique Régine Verzele-Deplechin, responsable de la Ligue des

Familles de Mouscron.

Un esprit de proximité

La Ligue des Familles de Mouscron prône la proximité, en famille et entre famille ! L'essence de cette ASBL est de vivre en communauté et en local. « Vivre local, au niveau humain, c'est partager avec les gens du coin.

L'objectif est que les familles se rencontrent et passent un moment de convivialité », développe Régine. Dans un esprit festif, l'ASBL propose une consommation locale : la boulangerie d'une des bénévoles fournit le pain, les produits laitiers viennent de la Ferme du Clochet d'Obi-



La 20<sup>e</sup> édition du petit-déjeuner de la Ligue des Familles approche ! © D.R.

gies, Oxfam pour les produits épiciers et le reste est fait maison. « Consommer local, c'est un mode de vie : les pâtes à tartiner, les confitures, les salades de fruits sont faites maison, les œufs brouillés seront faits sur

place... le but c'est de mettre en avant les produits du terroir et de la région », détaille la coordinatrice de l'ASBL.

Des activités sportives seront également assurées par le service des Sports de la ville, proposant du badminton, tennis de table... pour divertir les petits et les grands !

Pour y prendre part, une participation de 2 € sera demandée aux membres de l'ASBL, et de 4 € pour les non-membres. Une réservation est préférable pour assurer le meilleur accueil possible. ■

**www.sudinfo.be**

Date: 18-05-2023

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 650 000

<https://www.sudinfo.be/id666310/article/2023-05-19/depuis-plus-de-20-ans-la-ligue-des-familles-de-mouscron-organise-un-petit>

## Depuis plus de 20 ans, la Ligue des Familles de Mouscron organise un petit-déjeuner local et actif: «Tout le monde est le bienvenu!»



La vingtième édition du petit-déjeuner de la Ligue des Familles approche! - D.R.

**Le dimanche 11 juin prochain, entre 8h et 11h30, dans le Hall de l'Europe, rue de l'Arsenal à Dottignies, la Ligue des Familles organise sa 20e édition du petit-déjeuner, dans un thème local et sportif !**

Par Margaux Trintignac

Publié le 19/05/2023 à 01:00

La Ligue des Familles est une association qui soutient et défend toutes les familles de Wallonie. Monoparentale, homosexuelle, traditionnelle... chacune est accueillie à bras ouverts.

« Nous ne sommes pas à but lucratif, c'est une initiative sociale pour vivre un bon moment en famille ! », explique Régine Verzele-Deplechin, responsable de la Ligue des Familles de Mouscron.

Un esprit de proximité

La Ligue des Familles de Mouscron prône la proximité, en famille et entre famille ! L'essence de cette ASBL est de vivre en communauté et en local. « Vivre local, au niveau humain, c'est partager avec les gens du coin.



L'objectif est que les familles se rencontrent et passent un moment de convivialité », développe Régine. Dans un esprit festif, l'ASBL propose une consommation locale : la boulangerie d'une des bénévoles fournit le pain, les produits laitiers viennent de la Ferme du Clochet d'Obigies, Oxfam pour les produits épiciers et le reste est fait maison. « Consommer local, c'est un mode de vie : les pâtes à tartiner, les confitures, les salades de fruits sont faites maison, les œufs brouillés seront faits sur place... le but c'est de mettre en avant les produits du terroir et de la région », détaille la coordinatrice de l'ASBL.

Des activités sportives seront également assurées par le service des Sports de la ville, proposant du badminton, tennis de table... pour divertir les petits et les grands !

Des activités sportives au programme! - D.R.

Pour y prendre part, une participation de 2 € sera demandée aux membres de l'ASBL, et de 4 € pour les non-membres. Une réservation est préférable pour assurer le meilleur accueil possible.



**www.ardenneweb.eu**Date: **22-05-2023**Periodicity: **Continuous**

Journalist: -

Circulation: **0**Audience: **1 000**<http://www.ardenneweb.eu/reportages/premiere-des-aperos-rix-jeudi-25-mai>

## Première des Apéros RIX Jeudi 25 mai



### **17h - rencontre avec les organisateurs Adrien Desclée de Maredsous et le Prince Charles-Adrien de Merode. Apéros et dégustations**

C'est la saison des Apéros...avec l'arrivée des nouveaux spots où se retrouver pour faire la fête entre amis, en famille, entre collègues.

Les Apéros Rix, c'est nouveau et ça se passe en plein BW, dans un cadre magnifique aux portes de Bruxelles.

Le lieu ?

Le Château de Rixensart et ses jardins, propriété des princes de Merode, ouvre ses portes les jeudis de 17h à 22h pour un «apéro afterwork» et les dimanches de 11h à 16h30 pour un Brunch dans une ambiance, conviviale et chaleureuse. Que ce soit en famille, entre collègues, entre amis, avec votre comptable, votre banquier, ... cet événement festif et décontracté est la parfaite occasion d'y flâner sous une musique lounge ou une animation musicale LIVE.

On boit et on mange ?

Que vous préféreriez le vin, le champagne, la bière, les cocktails les plus originaux ou les softs, tout est prévu par



des barmans et mixologistes expérimentés!

On pourra y déguster, entre autres:

- les gins et spiritueux bio de Maredsous Distillery,
- les vins du Domaine de William Jonquères d'Oriola,
- les bières Waterloo bio, etc.

Mais aussi, les cidres Wignac, le Champagne Laurent Perrier, les soft Oxfam Fair Trade, etc. Le tout agrémenté de mets gastronomiques concoctés par les chefs le jeudi ou un BBQ géant familial le dimanche.

Pas de baby-sitters mais différents espaces dédiés aux plus jeunes (château gonflable, balades en poneys, bar à glaces, bar à jus de fruit, etc.) ... d'autres activités surprises sont prévues pour les plus un lieu unique et convivial où petits et grands partageront des moments privilégiés...

Pourquoi le Château de Rixensart ?

Un lieu historique d'exception s'ouvre au public.

Situé aux portes de Bruxelles, ce somptueux ensemble de la Renaissance se trouve au cœur d'un poumon vert préservé du Brabant. Juché sur un promontoire de la vallée de la Lasne, c'est l'un des joyaux de l'architecture classé au patrimoine exceptionnel de Wallonie.

Demeure des Princes de Merode depuis 1715, ce Château est considéré comme l'un des plus beaux du Brabant. On dit de lui qu'il est grandiose mais sans ostentation, qu'il ne s'impose pas mais qu'au contraire, il invite à se faire découvrir et se faire aimer. À l'intérieur se dévoile un décor raffiné et plein de vestiges du passé...



## La Dernière Heure

Date: 25-05-2023

Page: 3

Periodicity: Daily

Journalist: Maïli Bernaerts

Circulation: 32499

Audience: 318478

Size: 214 cm<sup>2</sup>

# La vente en ligne, arme à double tranchant

La plateforme Vinted permet de faire des affaires mais elle menace la survie d'associations comme les Petits Riens et Oxfam

**T**u ne le portes plus? Vends-le!" Bon nombre de consommateurs belges ont adopté le mot d'ordre de la plateforme de vente de vêtements de seconde main Vinted. D'après une étude du site d'e-commerce Veepee réalisée auprès de 600 consommateurs en Belgique, 59% d'entre eux achètent des vêtements en seconde main et plus d'un tiers de ces consommateurs (35%) achètent des produits sur Vinted.

L'étude nous apprend aussi que deux tiers des adeptes de la deuxième main sont aussi bien acheteurs et vendeurs.

C'est une évidence, Vinted permet de faire des affaires, qu'on soit vendeur ou acheteur: les vendeurs peuvent espérer récupérer des sommes non négligeables plus que bienvenues en période de crise en mettant leurs vêtements devenus inutiles en vente tandis que les acheteurs ont la possibilité d'acheter des produits de marque ou introuvables dans les magasins de première main pour des montants parfois dérisoires.

Cependant, tout dans ces échanges n'est pas forcément rose. Le succès

de Vinted a eu un impact significatif sur les acteurs de l'économie sociale que sont Oxfam ou encore les Petits Riens. "La première conséquence du succès de Vinted, c'est la diminution de la qualité des vêtements collectés par les associations. C'est un constat partagé par Les Petits Riens, Terre et Oxfam: les vêtements collectés ne sont plus de seconde main mais de troisième, quatrième ou cinquième main. Encore récemment, Oxfam et les Petits Riens collectaient entre 15 et 17% de vêtements très qualitatifs. Maintenant, c'est tombé à 5 ou 7%", explique Franck Kerckhof, porte-parole de la fédération Ressources qui représente les entreprises sociales et circulaires du secteur de la réutilisation des biens et des matières.

Face à cette concurrence de taille, les enjeux le sont tout autant. "Les bénéfices de la vente de vêtements permettent de financer des emplois et des projets sociétaux. Si on ne veut pas aller vers des pertes d'emploi et des cessations d'activité, il est essentiel que le secteur se positionne différemment notamment en développant des plateformes en ligne", indique-t-il.

Maïli Bernaerts



BELGAINAPHOTOFOR

[www.dhnet.be](http://www.dhnet.be)

Date: 25-05-2023

Periodicity: Continuous

Journalist: Maïli Bernaerts

Circulation: 0

Audience: 363 300

<https://www.dhnet.be/actu/belgique/2023/05/25/si-on-veut-maintenir-les-emplois-on-va-devoir-se-positionner-differemment-le-secteur-de-la-deuxieme-main-tremble-face-a-vinted-t>

## "Si on veut maintenir les emplois, on va devoir se positionner différemment" : le secteur de la deuxième main tremble face à Vinted, très populaire



**“Tu ne le portes plus ? Vends-le !” Bon nombre de consommateurs belges ont adopté le mot d'ordre de la plateforme de vente de vêtements de seconde main Vinted.**

Maïli Bernaerts

“Tu ne le portes plus ? Vends-le !” Bon nombre de consommateurs belges ont adopté le mot d'ordre de la plateforme de vente de vêtements de seconde main Vinted. D'après une étude du site d'e-commerce Veepee réalisée auprès de 600 consommateurs en Belgique, 59 % d'entre eux achètent des vêtements en seconde main et plus d'un tiers de ces consommateurs (35 %) achètent des produits sur Vinted.

L'étude nous apprend aussi que deux tiers des adeptes de la deuxième main sont aussi bien acheteurs et vendeurs.

Sur Vinted, tout n'est pas rose

C'est une évidence, Vinted permet de faire des affaires, qu'on soit vendeur ou acheteur : les vendeurs peuvent espérer récupérer des sommes non négligeables plus que bienvenues en période de crise en mettant leurs





vêtements devenus inutiles en vente tandis que les acheteurs ont la possibilité d'acheter des produits de marque ou introuvables dans les magasins de première main pour des montants parfois dérisoires. Cependant, tout dans ces échanges n'est pas forcément rose

Le succès de Vinted a eu un impact significatif sur les acteurs de l'économie sociale que sont Oxfam ou encore les Petits Riens. "La première conséquence du succès de Vinted, c'est la diminution de la qualité des vêtements collectés par les associations. C'est un constat partagé par Les Petits Riens, Terre et Oxfam : les vêtements collectés ne sont plus de seconde main mais de troisième, quatrième ou cinquième main. Encore récemment, Oxfam et les Petits Riens collectaient entre 15 et 17 % de vêtements très qualitatifs. Maintenant, c'est tombé à 5 ou 7 %", explique Franck Kerckhof, porte-parole de la fédération Ressources qui représente les entreprises sociales et circulaires du secteur de la réutilisation des biens et des matières.

Face à cette concurrence de taille, les enjeux le sont tout autant. "Les bénéfices de la vente de vêtements permettent de financer des emplois et des projets sociétaux. Si on ne veut pas aller vers des pertes d'emploi et des cessations d'activités, il est essentiel que le secteur se positionne différemment notamment en développant des plateformes en ligne", indique-t-il.

**www.sudinfo.be**

Date: 26-05-2023

Periodicity: Continuous

Journalist: Coralie Lambret

Circulation: 0

Audience: 650 000

<https://www.sudinfo.be/id669605/article/2023-05-26/les-aperos-rix-le-nouveau-rendez-vous-estival-du-jeudi-rixensart>

## Les Apéros Rix, le nouveau rendez-vous estival du jeudi à Rixensart



Lancement des Apéros Rix. - C.L.

**Ce jeudi 25 mai signait le lancement de la première édition des « Apéros Rix ». Organisé au cœur de la cour du château de Rixensart, cet événement est un concept totalement inédit dans le village.**

Par Coralie Lambret

Publié le 26/05/2023 à 14:35

Le propriétaire du château Charles-Adrien de Mérode et le fondateur de la distillerie Maredsous, Adrien Desclée, se sont associés pour proposer un concept familial, original et centré sur les valeurs des deux institutions.

Charles-Adrien de Mérode &amp; Adrien Desclée. - C.L.

Charles-Adrien de Mérode, avec ses frères et sœurs, a racheté le Château de Rixensart en 2018. Durant plusieurs années, il avait été laissé un peu à l'abandon. Depuis le rachat, le nouveau propriétaire souhaite redynamiser les lieux, en proposant une série d'événements. « On veut permettre aux gens de découvrir ce patrimoine du village et d'en profiter à travers des activités familiales », confie Charles-Adrien. « Et ces événements nous permettent aussi de maintenir le château et de l'entretenir ». Mais le nouveau propriétaire



souhaite aussi et surtout conserver l'âme des lieux. « On ne veut pas en faire trop. On veut garder un juste équilibre entre les événements et l'esprit de famille », poursuit Charles-Adrien.

Dans le somptueux cadre du château. - C.L.

Un match parfait

Cette collaboration entre le château et la distillerie de Maredsous se présente comme « le match parfait », pour les deux organisateurs. Amis au quotidien, ils partagent des valeurs similaires. Tous les deux souhaitent que cet événement soit multigénérationnel, en proposant de quoi satisfaire petits et grands. « Les gens peuvent venir en famille, dans un lieu sécurisé, où ils peuvent laisser leurs enfants jouer. C'est une ambiance bon enfant, une fête de village conviviale », ajoute Charles-Adrien.

Un espace sécurisé pour les enfants. - C.L.

Les produits de la distillerie

Tous les jeudis de l'été, les visiteurs pourront déguster les produits de la distillerie de Maredsous. Des alcools de qualité, distillés en Belgique, avec un savoir-faire unique. « On travaille vraiment avec les plantes dans nos préparations. On est continuellement en recherche de leurs vertus gustatives mais également thérapeutiques », indique Adrien Desclée, le directeur et fondateur de la distillerie.

Spritz façon Maredsous. - C.L.

Les Gins sont la spécialité principale de la maison. « Nous en proposons trois très différents au niveau des saveurs. L'un est plus énergisant, l'autre plus doux et le dernier plus sucré, plus rond. Mais les trois valent la peine d'être essayés », ajoute le directeur. La devise de la distillerie : « buvons-moins, buvons-mieux ». Toutes les boissons proposées se basent sur une recherche de goût et de qualité, à un prix abordable. « On ne fait pas des boissons pour que les gens boivent pour boire, mais parce qu'ils ont envie de déguster nos produits », poursuit Adrien. Les créations de la distillerie ont été récompensées lors de concours prestigieux, notamment à Londres et à Bruxelles.

L'événement de l'été

Tous les jeudis de l'été, vous pourrez profiter d'un afterwork en famille et entre amis dans ce sublime cadre. Les organisateurs vous attendent dès 17h, et la fête se prolonge jusqu'à 22h30 pour un dernier verre. En plus des produits de la distillerie de Maredsous, Charles-Adrien et Adrien ont souhaité travailler avec les boissons OXFAM.

Un succès pour la première soirée. - C.L.

« Nous voulons proposer quelque chose d'éthique, qui s'inscrit dans l'ère du temps et l'évolution de la société », expriment les organisateurs. Ce rendez-vous estival est unique en son genre et inédit dans la région. Et vu le succès de la première soirée, le concept semble déjà avoir conquis les visiteurs. L'événement se tient dans la cour du Château de Rixensart, tous les jeudis jusqu'au 15 juillet et reprendra ensuite le 15 août. Plusieurs parkings gratuits sont disponibles à proximité, les vélos peuvent être laissés en sécurité et la gare est à trois minutes.

Accessible à vélo. - C.L.

**La Capitale**

Date: 27-05-2023

Page: 14

Periodicity: Daily

Journalist: Coralie Lambret

Circulation: 6000

Audience: 58000

Size: 392 cm<sup>2</sup>**RIXENSART**

# LES APÉROS RIX, LE NOUVEAU RENDEZ-VOUS ESTIVAL DU JEUDI

Ce jeudi 25 mai signait le lancement de la première édition des « Apéros Rix ». Organisé au cœur de la cour du château de Rixensart, cet événement est un concept totalement inédit dans le village.

**CORALIE LAMBRET**

**L**e propriétaire du château Charles-Adrien de Mérode et le fondateur de la distillerie Maredsous, Adrien Desclée, se sont associés pour proposer un concept familial, original et centré sur les valeurs des deux institutions.

Charles-Adrien de Mérode, avec ses frères et sœurs, a racheté le Château de Rixensart en 2018. Durant plusieurs années, il avait été laissé un peu à l'abandon. Depuis le rachat, le nouveau propriétaire souhaite redynamiser les lieux, en pro-

posant une série d'événements. « On veut permettre aux gens de découvrir ce patrimoine du village et d'en profiter à travers des activités familiales », confie Charles-Adrien. « Et ces événements nous permettent aussi de maintenir le château et de l'entretenir ». Mais le nouveau propriétaire souhaite aussi et surtout conserver l'âme des lieux. « On ne veut pas en faire trop. On veut garder un juste équilibre entre les événements et l'esprit de famille », poursuit Charles-Adrien.



Un succès pour la première soirée. © C.L.



### UN MATCH PARFAIT

Cette collaboration entre le château et la distillerie de Maredsous se présente comme « le match parfait », pour les deux organisateurs. Amis au quotidien, ils partagent des valeurs similaires. Tous les deux souhaitent que cet événement soit multigénérationnel, en proposant de quoi satisfaire petits et grands. « Les gens peuvent venir en famille, dans un lieu sécurisé, où ils peuvent laisser leurs enfants jouer. C'est une ambiance bon enfant, une fête de village conviviale », ajoute Charles-Adrien.

### LES PRODUITS DE LA DISTILLERIE

Tous les jeudis de l'été, les visiteurs pourront déguster les produits de la distillerie de Maredsous. Des alcools de qualité, distillés en Belgique, avec un savoir-faire unique. « On travaille vraiment avec les plantes dans nos préparations. On est continuellement en recherche de leurs vertus gustatives mais

également thérapeutiques », indique Adrien Desclée, le directeur et fondateur de la distillerie.

Les Gins sont la spécialité principale de la maison. « Nous en proposons trois très différents au niveau des saveurs. L'un est plus énergisant, l'autre plus doux et le dernier plus sucré, plus rond. Mais les trois valent la peine d'être essayés », ajoute le directeur. La devise de la distillerie : « buvons-moins, buvons-mieux ». Toutes les boissons proposées se basent sur une recherche de goût et de qualité, à un prix abordable. « On ne fait pas des boissons pour que les gens boivent pour boire, mais parce qu'ils ont envie de déguster nos produits », poursuit Adrien. Les créations de la distillerie ont été récompensées lors de concours prestigieux, notamment à Londres et à Bruxelles.

### L'ÉVÉNEMENT DE L'ÉTÉ

Tous les jeudis de l'été, vous

pourrez profiter d'un after-work en famille et entre amis dans ce sublime cadre. Les organisateurs vous attendent dès 17h, et la fête se prolonge jusqu'à 22h30 pour un dernier verre. En plus des produits de la distillerie de Maredsous, Charles-Adrien et Adrien ont souhaité travailler avec les boissons OXFAM.

« Nous voulons proposer quelque chose d'éthique, qui s'inscrit dans l'ère du temps et l'évolution de la société », expriment les organisateurs. Ce rendez-vous estival est unique en son genre et inédit dans la région. Et vu le succès de la première soirée, le concept semble déjà avoir conquis les visiteurs. L'événement se tient dans la cour du Château de Rixensart, tous les jeudis jusqu'au 15 juillet et reprendra ensuite le 15 août. Plusieurs parkings gratuits sont disponibles à proximité, les vélos peuvent être laissés en sécurité et la gare est à trois minutes. ■



Charles-Adrien de Mérode & Adrien Desclée. © C.L.