

LE JOURNAL QUI NE SE JETTE PAS

Vous tenez entre les mains le millésime 2026 du Petit Journal métropolitain, un journal pas tout à fait comme les autres puisqu'il a été entièrement pensé, écrit et illustré par des collégiens de la métropole de Lyon.

Ce projet est né d'une rencontre entre cinq classes, un journaliste de *Lyon Capitale* et un dessinateur de presse de l'association *Ça Presse*. Des mots et des images. À raison de six heures par collègue, on a appris à fabriquer une information, à la vérifier et à la mettre en forme. On a découvert qu'un dessin peut dire, en quelques traits, ce qu'un long discours peine à exprimer.

Le sujet exploré : la surconsommation. Chaque jour, on achète, on scrolle, on regarde, on jette. Des vêtements qu'on ne porte qu'une fois, des vidéos qu'on oublie aussitôt, des notifications qui n'en finissent plus. On vit dans un monde qui nous pousse à vouloir toujours plus, plus vite, plus fort, plus neuf. Mais à quel prix ? Un thème qui nous concerne tous directement, jeunes et moins jeunes. Les élèves ont enquêté, débattu, dessiné. Ils ont appris que l'esprit critique ne s'improvise pas mais qu'il se travaille, exactement comme l'écriture ou le trait de crayon. Ce journal est leur voix collective. On espère qu'il vous fera réfléchir autant qu'il nous a transformés.

ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO :

→ Collège Paul-Éluard, Vénissieux - Classe de 4²

Référente du projet : Margaux Arquillière, professeure de lettres modernes

Élèves : Camilia, Zakaria, Youssef, Chayma, Djenna, Mohamed, Assil, Mounia, Manel, Româissa, Amir, Rehane, Leticia, Maïssara, Elissa, Berat, Ratil, Bonheur, Mélyna, Ines, Meïlys, Ayem, Ambrine, Rayan, Imane, Yassine

→ Collège Émile-Malfroy, Grigny - Classe de 4¹

Référente du projet : Léa François, professeure d'histoire et géographie

Élèves : Naélia, Azany, Leyna, Jade, Ange, Jinane, Jasmine, Donia, Lyna, Rédouane, André, Imane, Louise, Mélia, Alice, Esteban, Abou-Ziane, Khalil, Maxence, Léo, Lucas, Nahim, Nahel, Kais, Ademe, Jessim

→ Collège Les Servièrès, Meyzieu - Classe de 5³

Référente du projet : Laura Villar, professeure documentaliste et Solenn Casteran professeur de français

Élèves : Louisa, Naomi, Elif, Hajar, Henya, Mariya, Laura, Noémie, Coline, Anas, Yahya, Vincenzo, Alen, Wael, Sandro, Jacob, Erwan, Samy, Neal

→ Collège Gérard-Philippe, Saint-Priest - Classe de 3⁵

Référente du projet : Isabelle Boutigny, professeure documentaliste

Élèves : Nathalie, Nathaniel, Alexis, Hayden, Nahom, Hugo, Jessim, Ines, Mellyna, Emma, Cherine, Adem, Yannilio, Mammam, Mohamed, Chainez, Sarah, Kayla, Jade, Nour, Remi, Nouredine

→ Collège La Favorite, Lyon 5^e - Classe de 4³

Référente du projet : Camille Sandoz, professeure documentaliste

Élèves : Louis, Arthur, Alexandre, Louis, Giulia, Louise, Faustine, Alexandra, Gaspard, Elliot, Joshua, Jules, Maram, Nizzar, Kim, Sarah, Amrou, Ethan, Ilyes, Lucas, Oscar, Louise, Lou, Valentine, Brune, Félicie

→ Festival international du dessin de presse et des médias "Ça Presse"

Administration et communication : Barbara Prost

Coordination pédagogique et artistique : Coralina Picos

Dessinateur référent : Xavier Lacombe

Journaliste référent : Guillaume Lamy (Lyon Capitale)

Édition et coordination : Mathieu Thai et Agnès Vézirian (Lyon Capitale)

Relecture : Hélène Martin-Teillard

Avec le soutien de la Métropole de Lyon et du Centre français d'exploitation du droit de copie

Impression : Rotimpress - Numéro spécial - Ne peut être vendu



Eulalie (collège Les Servièrès, Saint-Priest)



Nour, NK, Rémi, Jade (collège Gérard-Philippe, Saint-Priest)



Nélia (collège Emile-Malfroy, Grigny)

LA SURCONSOMMATION D'EMBALLAGES CHEZ MCDONALD'S EN FRANCE

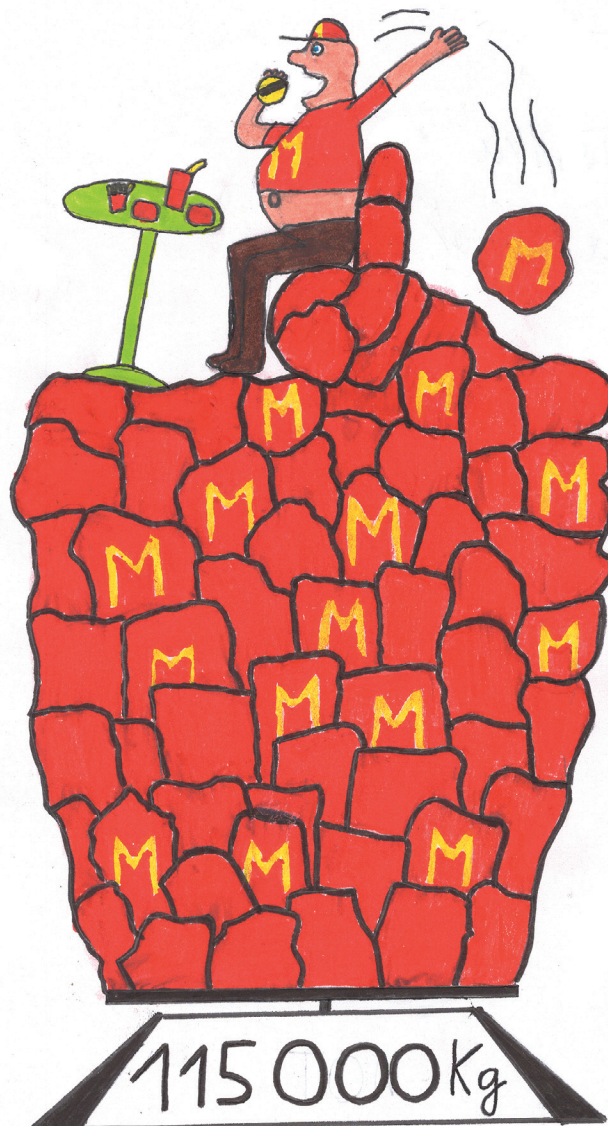
Y avez-vous déjà pensé ? Dans un menu McDonald's, on retrouve au moins cinq emballages : un burger (1 emballage), des frites (un emballage), une boisson (1 emballage), des sauces (1 emballage) et votre dessert (1 pot), tous en plastique ou papier ! Tout cela pour une personne et un menu !

En 2017, les restaurants McDonald's utilisaient 115 tonnes d'emballages par jour... Soit plus d'un kilo par seconde ! Aujourd'hui, McDonald's est le plus important groupe de restauration rapide dans le monde. Ses principaux consommateurs sont les jeunes étudiants. En effet, en France, la moitié des 18-35 ans vont au moins une fois par mois chez McDonald's. C'est ce que révèle l'enquête "Génération McDo" (2022). La France compte environ 45 000 habitants par McDonald's et un peu plus de 1,2 million de clients tous les jours, un chiffre record pour le pays qui est la référence mondiale de la gastronomie ! On en conclut que le principe du tout-jetable sur lequel est fondé le modèle d'entreprise de McDonald's est responsable de la production d'une quantité considérable de déchets.

Des efforts en cours

Depuis janvier 2023, la loi anti-gaspillage impose des règles aux fast-foods. McDonald's fait donc de très gros efforts et a beaucoup réduit sa consommation. Place aux matières premières renouvelables, aux emballages moins volumineux. Ils ont annoncé publiquement leurs nouveaux objectifs sur le long terme : moins de plastique, moins de déchets, tri et recyclage dans tous leurs restaurants français. Leur vaisselle est également nettoyée, ce qui empêche une grande partie du gaspillage. Un effet d'annonce qui se confirme dans le tri des déchets qui a évolué et dans la vaisselle réutilisable. Malgré cette loi et ces initiatives de la part de McDonald's, il y a tout de même encore des améliorations à faire dans ces fast-foods.

Gaspard, Elliot, Joshua, Jules



Gaspard, Elliot, Joshua, Jules

TIKTOK, SNAPCHAT, YOUTUBE... QUAND LES ADO SCROLLENT LE CONTRÔLE

Selon une enquête Médiamétrie (2024), 84,7 % des 15-24 ans se sont connectés à Internet chaque jour. Les réseaux sociaux représentent 58 % de leur temps passé chaque jour sur Internet

Selon une enquête de l'Anses (janvier 2026), les plus de 13 ans privilégient un usage social : réseaux sociaux portés par la vidéo (YouTube, Snapchat, Instagram, TikTok). On peut vraiment parler d'addiction.

Les applications comme TikTok ou YouTube sont faites pour retenir notre attention grâce à des notifications, des vidéos courtes et des algorithmes. Cela pousse les ados à une forme d'addiction.

L'addiction, c'est quoi ?

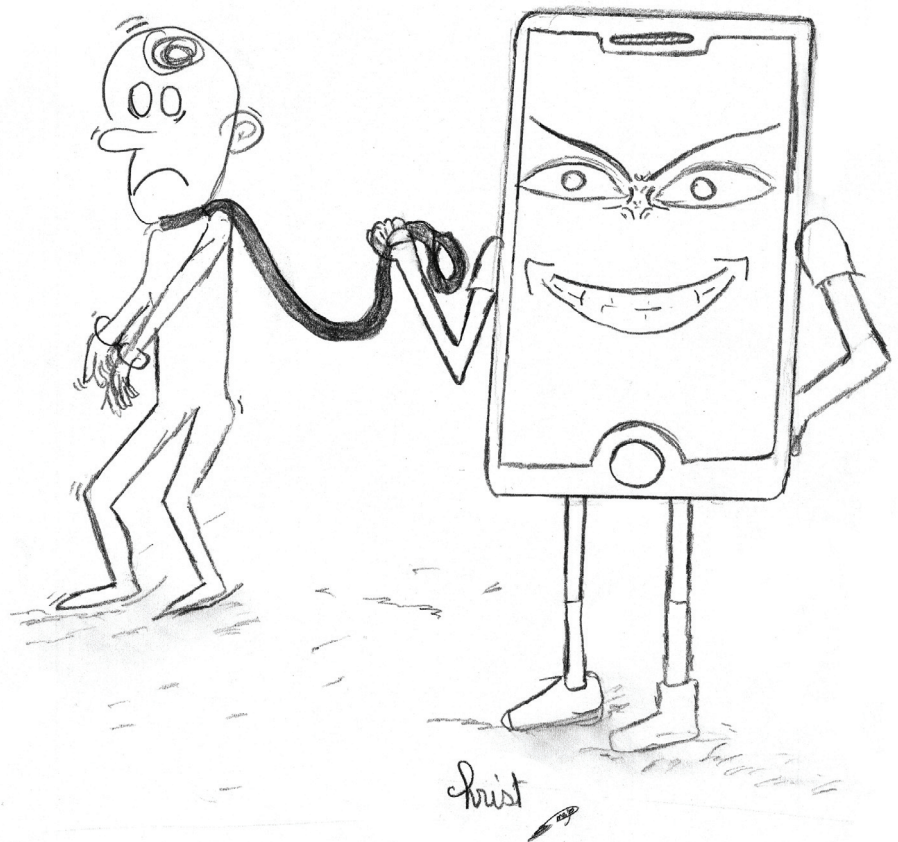
Une addiction, c'est du temps passé sans s'en apercevoir. Les ados peuvent passer des heures sur leur téléphone à scroller sans voir le temps passer.

Le problème, c'est que cela a un impact sur la santé des jeunes : les adolescents sont de plus en plus fatigués. Ils n'arrivent pas à dormir, les écrans abiment les yeux et endommagent le cerveau, ce qui est dangereux pour eux. De plus, cette utilisation empêche d'autres activités comme faire du sport, jouer avec ses frères et sœurs...

Selon un rapport de l'OMS, environ 11 % des adolescents en France présentent des signes d'un usage abusif des réseaux sociaux.

La solution serait de limiter les écrans, faire plus d'activités ou sortir, et se socialiser en se faisant des ami(e)s.

Bonheur, Mélyna, Ines, Meilys



EN QUOI LES INFLUENCEURS POUSSENT-ILS LES ADOS À SURCONSOMMER DES VÊTEMENTS ?

59 % des jeunes ont découvert un produit grâce à un créateur de contenu. Les influenceurs jouent désormais un rôle majeur dans les choix vestimentaires des adolescents.



Alice



Selon Internet Sans Crainte (internetsanscrainte.fr), le programme national d'éducation au numérique des jeunes et des familles, 59 % des jeunes ont découvert un produit grâce à un créateur de contenu comme Benoît Chevalier, So Kahina, Lena Situations, Lyls-lilah, etc.

Selon l'école de commerce HEC Montréal, les jeunes passent environ trois heures par jour sur les réseaux sociaux, des plateformes de plus en plus utilisées pour le marketing de la mode rapide.

En effet, 80 % des marques sont présentes sur les réseaux et utilisent plusieurs stratégies. Par exemple, les marques font en sorte que tout soit parfait et qu'il n'y ait aucun défaut sur les vêtements. Elles ont rapidement compris que grâce aux influenceurs, les jeunes sont efficacement incités à adopter les dernières tendances de la mode rapide.

Selon l'étude Pixpay, des marques comme Shein, deuxième enseignement

préférée des filles, attirent l'attention des ados avec des publicités répétitives et des offres tentantes comme "2 achetés = 1 offert".

Quelles sont les conséquences de la surconsommation ?

Selon *Ouest-France*, la surconsommation augmente les risques de maladies comme les allergies, car les fabricants utilisent beaucoup de colorants et de produits chimiques.

D'après Greenly, un spécialiste français du bilan carbone, 295 000 tonnes de CO₂ sont émises uniquement pour acheminer les commandes depuis Foshan (Chine) jusqu'à Paris, soit l'équivalent de 294 000 allers-retours en avion entre Paris et New York.

Imane, Louise, Mélià, Alice, Esteban, Abouziane

POURQUOI LES FEMMES ACHÈTENT-ELLES AUTANT DE VÊTEMENTS ?

Codes culturels, regard des autres, effet de mode, réseaux sociaux : voilà pourquoi les femmes se procurent autant de vêtements.



Selon une étude du site Fast Fashion Network, qui se présente comme la première source d'information des professionnels de la mode au monde, avec plus de 850 000 abonnés à ses newsletters quotidiennes et 300 articles publiés par jour par 65 rédacteurs, les Français ont acheté, en moyenne, 42 pièces de vêtements par an. Dans le détail, les femmes ont acheté, en moyenne, 32 vêtements contre 19 pour les hommes. C'est 68 % de plus.

Les femmes achètent autant de vêtements car elles veulent se sentir à la mode et bien dans leur peau. Les réseaux sociaux ont profondément transformé la mode et la manière dont les femmes s'habillent selon leurs styles. Les marques utilisent les réseaux sociaux pour faire connaître leurs produits et interagir avec le public qu'elles ciblent. Elles créent aussi des collaborations avec des influenceurs connus. Les femmes sont souvent des utilisatrices actives sur les réseaux. Le marketing pour les femmes prend donc son importance avec les applications comme Instagram ou TikTok.

D'après un sondage Ifop (février 2025), 43 % des femmes se sont déjà senties jugées sur leur façon de s'habiller et 45 % des femmes se sont déjà senties frustrées car elles ne pouvaient pas acheter certains articles. Mais les femmes achètent aussi des vêtements qu'elles ne mettent jamais. Selon l'Ifop, 44 % des Français ont des vêtements jamais portés dans leurs placards.

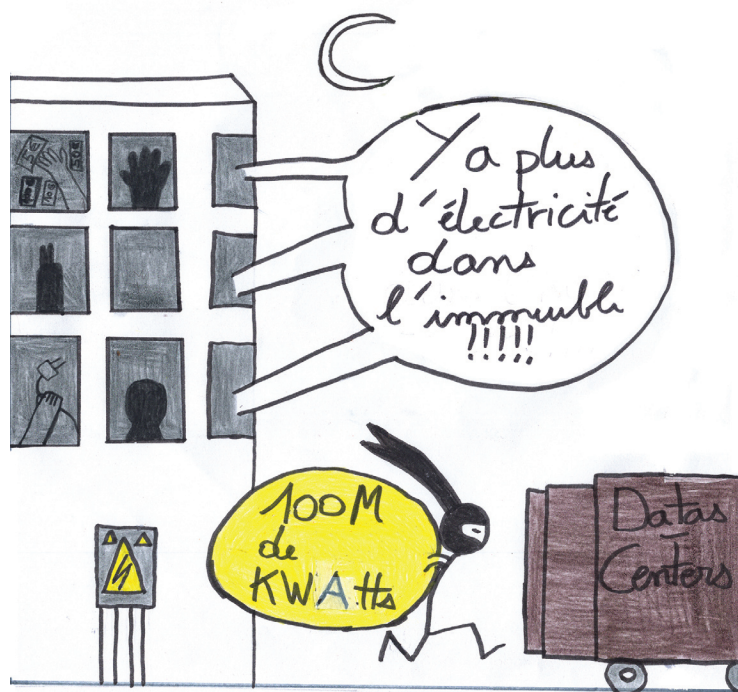
Culturellement, on attend aussi des femmes qu'elles soient toujours bien habillées et qu'elles prennent soin d'elles. Alors les marques visent plutôt des clientes féminines.

D'après *Le Figaro* (mars 2025), en 2024, les jeunes femmes françaises ont dépensé en moyenne 1 287 euros pour leurs vêtements, ce qui représente une augmentation par rapport aux 1 087 euros de 2022. Ces consommatrices privilégient souvent des marques du milieu de gamme et des enseignes à petits prix comme Shein, devenue la marque préférée des femmes de moins de 25 ans, d'après l'étude de l'application Joko.

Louisa, Naomi, Elif, Hajar

L'UTILISATION MASSIVE DE L'IA EN FRANCE : UN DANGER POUR LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Derrière la magie de l'IA se cache une réalité inquiétante : une consommation d'énergie colossale.



Nathalie, Nathaniel

Selon l'Agence de la transition écologique (Ademe), l'arrivée de l'IA ne ferait qu'accentuer la consommation d'énergie des centres de données dédiés en France. En effet, 75 % de la population française se sert de l'IA, dont 39 % activement tous les jours. La progression de l'IA est donc inévitable.

Aujourd'hui, l'IA est utilisée dans presque tous les aspects de la vie quotidienne mais également en milieu professionnel. Les entreprises technologiques, dont 10 % sont des entreprises françaises, déclarent utiliser l'IA au quotidien. Dans les hôpitaux, 90 % des personnels tirent profit de l'IA, devenue indispensable pour les diagnostics ainsi que les suivis médicaux. Selon une enquête parue dans Les Numériques, les équipes du secteur témoignent de leur enthousiasme.

Les organisateurs de soirées ne sont pas en reste car 78 % d'entre eux disent l'utiliser, un chiffre qui a drastiquement augmenté par rapport aux 55 % enregistrés l'année précédente. Enfin, les étudiants sont eux aussi touchés car 92 % d'entre eux ont recours à l'IA par rapport à 2024. Ce recensement montre une augmentation inquiétante de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans la vie de tous les jours.

Des chiffres de consommation en forte hausse

Bien que la progression technologique de l'IA soit appréciée, elle n'en reste pas moins néfaste pour l'environnement. En effet, la consommation d'énergie pour l'intelligence artificielle va quadrupler d'ici 2025.

En 2024, les data centers mondiaux ont consommé l'équivalent de la consommation électrique de la France (source : Statista). De plus, en 2022, les 300 data centers français ont consommé l'équivalent de 2 % de la consommation annuelle d'électricité (RTE). Pour 2025, l'IA pourrait atteindre 4 % de la consommation mondiale.

Cela montre que rien que pour la France, l'IA consomme l'équivalent de l'électricité d'un pays comme l'Argentine. Ces chiffres traduisent l'impact qu'a l'IA sur l'énergie en France ainsi que dans le monde et l'importance de mener des efforts pour une transition écologique efficace.

Nathalie, Nathaniel

FESTIVAL

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS WWW.RENCONTRES-CAPRESSE.COM

CAPRESSE

DU 1^{ER}
AU 8 MARS
2026

ÉDITION SPÉCIALE CONSO

DESSINS DE PRESSE
MÉDIAS
SATIRE
EXPOSITIONS
RENCONTRES
PROJECTIONS

