

L'éthique, c'est aussi chic

Après le café et le chocolat, place à la garde-robe issue du commerce équitable. Pour le nouveau consomma(c)teur, des créateurs engagés proposent des vêtements tendance. Loin de la robe de bure des babas cool, bienvenue sur la planète de la mode morale.

Par Florence Duarte



Baskets Veja 149 fr.

Il y a encore peu, l'expression «commerce équitable» accolée au mot «vêtement» faisait frémir les amateurs de bon goût: toile de jute, froufrous babeux, poncho en macramé, bonnet péruvien pour soutenir les enfants du lac Titicaca, sarouel et batik informes... Si les nostalgiques de Janis Joplin peuvent continuer de la sorte afin d'aider les nécessiteux de Calcutta, une alternative s'offre à ceux qui souhaitent à la fois s'habiller fashion et consommer de manière responsable. La mode dite «éthique» est en train de décoller, et prouve qu'il est désormais possible de se faire plaisir en matière vestimentaire, tout en soutenant le commerce équitable. En poussant la porte de boutiques branchées plutôt que celle des «Magasins du monde».

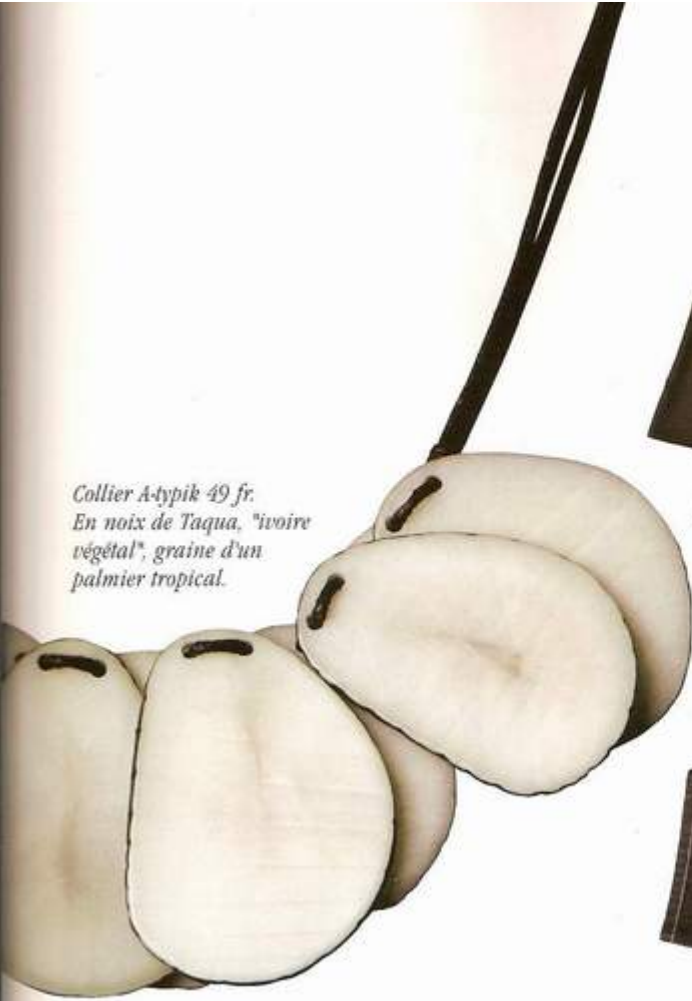
L'étiquette de mode «éthique» ou «équitable» est non définie et laisse la place à une foultitude de démarches humanistes et engagées sur le terrain. On y trouve de tout, mais d'abord des vêtements et des accessoires enthousiasmants qui donnent bonne conscience au nouveau consomma(c)teur.

Avec les baskets Veja, par exemple, précurseurs en la matière, lancées en mars 2005 à Paris au Palais de Tokyo et portées dans la foulée au défilé Agnès b., on remplit les deux missions. D'une part, on s'offre un modèle vintage (reprise d'une basket brésilienne des années 70), alternative sympa et originale aux Puma, Adidas et autres Nike qui asphyxient le marché et qu'on est fatigué de voir à tous les pieds. De l'autre, on soutient de petits producteurs du Nordeste brésilien et les projets de


développement durable (éducation, santé, gestion de la forêt) encouragés par Veja. Idem avec les vestes de training du très tendance Misericordia (ici c'est le Pérou), des débardeurs ou robes T-shirt Tudo Bom? (Brésil), des sacs shopping coll.part (Cambodge), des pullovers «en coton bio doux comme du cachemire» Seyes (sud-est de la France et petits fabricants de maille menacés de licenciement), etc.

C'est à Paris, comme toujours en matière de mode, que se mesure le succès de cette nouvelle vague. En deux ans, le mouvement a pris une ampleur inattendue, dont l'avenir est très réjouissant. A l'automne 2004, un premier événement était organisé afin de permettre aux créateurs du Sud de «montrer leur mode dans la capitale française». Au-delà du caractère «ethnique» de la démarche (stylistes ouest-africains à l'honneur, mais avec une mode pas toujours euro-compatible), l'Ethical Fashion Show, monté par une ex de la pub et du magazine *Actuel*, a permis de mettre en lumière de jeunes créateurs européens à la fois branchés et concernés. A cette occasion est rédigé un «manifeste pour une mode éthique», sorte de code de bonne conduite que s'engagent à respecter les participants. En 2004, pour «cette bande-annonce avec très peu de moyens», ils sont vingt créateurs. Pour l'édition d'octobre 2006, ils seront soixante, d'Angleterre, des Philippines, de Thaïlande, de Mongolie, de Suisse, d'Inde, de France... «Il y a deux ans, raconte sa fondatrice Isabelle Quéhé, 44 ans, on me rigolait au nez. Aujourd'hui, tout le monde s'y met parce que c'est la nouvelle tendance. Les jeunes designers intéressés ont eu du mal à trouver des réseaux de fabrication, mais là, ils arrivent en force. On peut désormais trouver de la mode éthique dans toute la gamme de production, et des choses de plus en plus jolies.»

mode 101



Collier A-typik 49 fr.
En noix de Taqua, "ivoire végétal", graine d'un palmier tropical.



Pantacourt en laine
Misericordia 200 euros



Veste à capuche
Misericordia 160 euros



Jeans Machja 149 fr.

Mode éthique au Salon du prêt-à-porter
Autre signe de cette percée fulgurante de l'éthique, elle aura sa place à part entière, dès ce mois de septembre, au Salon du prêt-à-porter de Paris, plus grand vestiaire féminin en la matière (43 000 visiteurs lors de la dernière édition). En février dernier, ce domaine encore en observation avait eu droit à une «plate-forme» d'information (dix-huit créateurs, un catalogue et deux tables rondes). A la rentrée, «So Ethic», véritable «univers de mode», trouvera sa place au cœur du Salon sur 280 m² mettant en avant quarante marques. «Nous leur avons offert une visibilité tout en restant petit et sélectif, explique Maud Blondel, responsable «éthique» au Salon du PAP. Nous évitons la mode ethnique pour cibler le produit mode. Parce que de plus en plus de gens sont demandeurs de bio ou de commerce équitable, parce que la prise de conscience est de plus en plus importante, des marques se créent pour répondre à cette demande.»

Là encore, pas de critères «éthiques» bien définis, pas de label en vigueur. Même si «So Ethic» a rédigé une déclaration d'intentions avec les douze marques pionnières, reste, comme le constate Maud Blondel: «Qu'il y a autant de démarches éthiques que de marques se revendiquant comme telles aujourd'hui.»

Ces démarches émanent souvent de la génération des 25-35 ans, des créateurs ou des entrepreneurs, qui estiment important, à l'instar de la Lausannoise Julie Goffard, «de se poser des questions dans cette société de surconsommation». Créatrice de bijoux

à l'enseigne des Sœurs Boa, elle propose depuis quelques mois des produits engagés. Et elle salue le courage de ceux qui se lancent dans ce créneau, «le seul acceptable face à cette mondialisation désagréable où il est dix fois plus difficile de produire de façon éthique». «Exploiter, c'est si facile», lâche-t-elle.

Elle propose notamment coll.part, la marque lancée en 2004 par la Suisse Nina Raeber, 35 ans, créatrice de bijoux qui estime ce «phénomène de mode nécessaire». Son initiative est un modèle du genre. Ses objets, ludiques et très pop art, sont fabriqués au Cambodge à partir de sacs recyclés de nourriture pour poissons. Lors d'un long séjour dans ce pays, Nina s'est rendu compte de la situation socio-économique, des manifestations pour les hausses de salaire réprimées par la police aux syndicalistes qui disparaissent. Elle démarre son projet avec une ONG locale et un petit artisan à la production de sacs en toile limitée. Aujourd'hui, coll.part fait travailler un foyer d'accueil pour femmes en situation difficile avec dignité et respect des droits (salaires et horaires surveillés et décents, aide à l'épargne, heures sup payées, locaux spacieux et aérés,...). Elle s'apprête à travailler avec un deuxième producteur, qui aide à la réinsertion de victimes de mines antipersonnel et de la polio. «Ils me font un prix juste que je n'ai jamais marchandé, explique Nina Raeber. Mais on pourrait encore doubler les salaires au Cambodge sans que le prix final ne ***



Débardeur Tudo Bom?
49 fr.



Top
Misericordia
45 euros



Sac shopping coll.part
45 fr.



Robe Misericordia 110 euros

double ici. Le commerce équitable devrait simplement s'imposer comme une évidence.» Beaucoup d'ONG tentent de raviver l'artisanat local. Devant tant de savoir-faire, il s'agit souvent de «transmettre un regard, une esthétique occidentale, une touche inventive». C'est le cas de plusieurs initiatives françaises qui portent leurs fruits. A l'origine de Misericordia (un modèle de réussite, une vraie marque trendy), de Seyes, de Prand (T-shirts très jet-set revendiqués «éthiques»), le même type d'initiateurs: de jeunes diplômés de HEC Paris, de Paris-Dauphine, d'écoles de commerce ou de marketing, âgés d'une petite vingtaine d'années, qui ont «une vision contestataire de l'économie dominante» et qui ont compris qu'à long terme «ce n'est pas l'argument éthique qui fera vendre, mais la qualité du produit» (Hervé Guétin, 27 ans, Seyes). Ces jeunes ont compris l'essentiel, il s'agit de «rendre le développement durable désirable»,

comme le résume très bien Vincent Girardin de l'association romande Nice Future. «Aujourd'hui, on met du sens dans sa consommation. Au même moment, la mode éthique devient intéressante, car elle sort du bois. Elle se fait par des boutiques militantes et caritatives pour être présente dans des endroits tendance. On est enfin en phase avec le marché du prêt-à-porter et la demande actuelle. A vrai dire, on est en plein boum.» Nice Future prépare un Ethical Fashion Show en Suisse romande, en partenariat avec celui de Paris, pour printemps 2007. Il travaille également à la distribution en Suisse des plus jolies marques éthiques internationales.

En attendant, tout en préparant la carte de crédit, méditons cette parole de Mahatma Gandhi (toile de chanvre et spartiates en cuir) mise en avant par les baskets Veja: «Il n'y a pas de beauté dans le plus beau vêtement si celui-ci provoque faim et pauvreté.»