

FASHION — NETWORK —

21 avril 2017

"Fashion Revolution" : la mode "responsable" se mobilise, quatre ans après le Rana Plaza

Quatre ans après la catastrophe du Rana Plaza au Bangladesh, la « Fashion Revolution Week », qui dure jusqu'au 30 avril, fédère en France plusieurs marques et associations engagées pour une mode plus respectueuse des conditions de travail des ouvriers et de l'environnement.



La campagne Who made your clothes - Fashion revolution

« On a décidé de se rassembler pour dire qu'il y a une force autre que la fast fashion, H&M, Zara, etc., qu'il y a d'autres vérités », explique Sébastien Kopp, cofondateur de Veja, marque de baskets fabriquées au Brésil avec du coton bio, du caoutchouc d'Amazonie. La société utilise aussi des bouteilles de plastique recyclées, recourt au tannage végétal et travaille à Paris avec l'association d'insertion Ateliers sans frontières (ASF).

Le trentenaire a fondé Veja en 2004 avec un ami, François-Ghislain Morillion. « On avait 24-25 ans, 5.000 euros chacun et aujourd'hui on est une cinquantaine », résume-t-il. « On veut prouver que c'est

possible », dit-il, constatant que « plein de jeunes » veulent se lancer dans ce genre de projets.

« Il n'y a pas une seule voie, il y en a mille, il y a la production locale, le bio, la justice économique, la réinsertion etc. », dit celui qui récuse le terme de mode éthique, jugé trop « moralisateur » et reconnaît ses « limites » : « On ne fait pas tout bien ! »

« La mode responsable n'est pas pure et parfaite, mais l'important est de mettre le focus sur ce qu'on peut faire de mieux voire de bien », renchérit Anaïs Dautais Warmel, fondatrice de la marque Les Récupérables. Elle crée des vêtements à partir de tissus d'ameublement, de rideaux, de draps, récupérés auprès de « ressourceries », centres qui collectent et recyclent les objets dont leurs propriétaires veulent se débarrasser.

La démarche de son association s'inscrit « dans une économie circulaire - il s'agit d'éviter de reproduire de la matière - et dans l'économie sociale et solidaire », explique cette femme de 29 ans.

Ses vêtements sont vendus de 70 à 190 euros. « L'idée est de faire un vrai produit mode, c'est vrai que la mode éthique a souvent souffert du pull en laine qui gratte, d'une image pas très glamour », souligne-t-elle, plaidant par ailleurs pour une charte définissant « de façon large » cette mode alternative.

Eloïse Moigno, 32 ans, vient quant à elle de lancer SloWeAre, une « plateforme d'information de la mode écoresponsable ». Le site recommande des marques et boutiques qui répondent à plusieurs des 20 critères définis (transparence, commerce équitable, commerce local, zéro déchet, matières vegan...).

Le but : « faire en sorte que les personnes qui veulent mieux consommer la mode sachent où aller acheter des vêtements ». Le site n'intègre pas « les grosses sociétés de "fast fashion" qui ont des gammes écoresponsables » : « On préfère privilégier des marques et des créateurs indépendants, qui ont des fournisseurs ayant une démarche de transparence. »

Les organisateurs de la « Fashion Revolution », qui se déroule dans plus de 90 pays, invitent cette année encore les consommateurs à être

acteurs et a interpellé les marques sur Internet avec le mot-cle #whomademyclothes (Qui a fabriqué mes vêtements ?). Un index de la transparence dans la mode sera d'ailleurs publié, évaluant 100 marques selon les informations qu'elles fournissent sur leur chaîne d'approvisionnement.

Par Anne-Laure Mondesert

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.

© 2017 Agence France-Presse

Toutes les informations reproduites dans cette rubrique (ou sur cette page selon le cas) sont protégées par des droits de propriété intellectuelle détenus par l'AFP. Par conséquent, aucune de ces informations ne peut être reproduite, modifiée, rediffusée, traduite, exploitée commercialement ou réutilisée de quelque manière que ce soit sans l'accord préalable écrit de l'AFP. L'AFP ne pourra être tenue pour responsable des délais, erreurs, omissions qui ne peuvent être exclus, ni des conséquences des actions ou transactions effectuées sur la base de ces informations.

[Mode - Prêt-à-porter](#), [Mode - Divers](#), [Hôtellerie](#), [Evénements](#)