

L'éthique devient esthétique



Défilé londonien du
Danois Peter Ingwersen

Andrew Thomas / Noir

Longtemps remise dans le sac à dos des babas, la mode « responsable » affine son style. Entrera-t-elle bientôt en compétition avec les grands noms de la place ?

Robe en mousseline de soie liberty, jean coupe boyfriend, blouse monacale en organza : ce n'est pas le vestiaire d'Isabel Marant mais celui de la créatrice suédoise Camilla Norrback. Vendue

chez Plagg, boutique scandinave ultra pointue de la rue Charlot, à Paris. Toutes les silhouettes de la collection sont bio mais chut, vous ne le saurez qu'en le demandant. « *Camilla est d'abord une styliste de mode qui*

a intégré un engagement écologique », commente la responsable de la boutique, Barbara Kurdziel. Digéré même. Elle décline des vêtements sobres et chics, à l'épure bergmanienne mais à la fibre écolo. L'hiver dernier, elle

innovait avec des tops en polyester recyclé. Cet été, elle applique des teintures naturelles sur des matières précieuses comme la soie ou le lin. Magnifique, mais pas 100% éthique. « *Le tout bio est impossible en mode, sinon on ne porterait jamais de noir. Camilla essaie de faire de son mieux* », avance sa distributrice. C'est dans ce compromis entre chic et exigence écolo qu'évolue la nouvelle génération des créateurs éthiques. Sans brandir l'étiquette. Avec, depuis quelques années, un succès foudroyant – et emblématique de cette nouvelle génération –, celui de Stella McCartney, créatrice glam' et super bio.

On est loin du discours militant des pionniers, au début des années 2000. En

Californie, American Apparel réinvente alors le basique en jersey décliné en multiples coloris, produit dans le centre de Los Angeles plutôt qu'en Chine. Cette première marque, autoproclamée *sweatshop free* (sans atelier à sueur), fait un carton chez les

branchés. Parallèlement, en France, une poignée de jeunes entrepreneurs idéalistes, issus de formations scientifiques et commerciales, tentent de concilier business et bonne conscience en investissant le créneau de la mode éthique. Ils s'appellent Rachel

Liu, créatrice d'Idéo,



Taka Miyumi - DK



Iku Furudate



Kaito Hori



Camilla Norrback...

...et sa ligne chic et sobre mais à la fibre écolo

Photos Ann Karin Blomkvist - Dr

ou Jérôme Schatzman et ses tee-shirts sérigraphiés Tudobom. Ils passent la moitié de l'année en Inde ou au Pérou, soutiennent les coopératives de coton locales, les mettant au bio et veillant à l'équité de la chaîne, du champ de coton à l'indemnité de la stagiaire. Des puristes, sur un mar-

L'URBAINE NOURRIE À LA TENDANCE, ELLE, RESTE SUR SA FAIM

ché qui n'est pas encore constitué. Résultat, des vêtements et accessoires éthiques mais pas mode. Leur pièce-phare : le tee-shirt pour client baroudeur. L'urbaine nourrie à la tendance, elle, reste sur sa faim. Locomotives et exceptions dans ce

paysage, François-Ghislain Morillon et Sébastien Kopp, inventeurs des baskets Veja en cuir végétal, caoutchouc naturel et coton bio, ou Aurelyen et ses sweat-shirts brodés Misericordia, se démarquent. Héritiers directs d'American Apparel dans leur positionnement marketing – street, branché et décalé –, ils collent au plus près au cahier des charges éthique. Et malgré cela, « la

Les marques prennent le pli

Dur de dominer le marché sans une ligne bio ! De nombreuses marques ont donc pris le pli. Avec dossiers de presse en papier recyclé à la clé. Des géants comme H&M ou Monoprix sont partis en éclaireurs avec quelques articles, Leclerc suit cette saison avec une collection en coton du Mali du styliste Xuly Bêt et La Redoute lance des lignes complètes pour toute la famille. Des marques nature comme Timberland ou Aigle pouvaient difficilement faire l'impasse. Et tous les jea-ners ont sorti un modèle étendard (Levi's, Pepe Jeans ou le pointu Citizens of Humanity). Enfin, les enseignes de prêt-à-porter de proximité s'y mettent. Comptoir des Cotonniers s'est engagé sur quelques pièces (dont un jean) après avoir travaillé avec les baskets Veja. La mode sera-t-elle un jour totalement écolo ? Pas sûr. « *Avec notre niveau de qualité, on ne peut pas tout passer en bio, explique Philippe Berlan, directeur général de Petit Bateau, qui vient de sortir une ligne de puériculture et de lingerie bio. Le bambou est un faux ami écologique, et le traitement bio n'a pas le même rendu.* » Les consommateurs sont-ils prêts à réduire leurs exigences ou à payer le prix ? **C. C. et M. B.**



B

Les Veja, pionnières du genre



Boulière / Sipa

Stella McCartney
et ses créations glam',
mais surtout pas
en cuir

DR

Veja n'est pas parfaite à 100% : les lacets qui étaient autrefois en polyester sont désormais en coton mais pas bio, et la colle à base d'eau n'est utilisée qu'à hauteur de 20% », commente Sébastien Kopp.

« Les jeunes marques éthiques ne s'intéressent souvent pas assez à la création. A l'opposé, les grandes maisons, même si elles

« JE MANGE BIO MAIS JE N'AI PAS JETÉ MON CÉLINE ! »

souhaitent entrer dans ces démarches, restent de grandes organisations où le changement des mentalités est difficile à mettre en œuvre », estiment les créateurs de Commuun, les Japonais Kaito Hori et Iku Furudate. Ces deux vrais stylistes se sont donc invités à la table du bio. A 32 et 33 ans, ils sont passés par la San Martin's à Londres, par Balenciaga et

ont été repérés au Festival d'Hyères en 2002. Ils sont aujourd'hui plébiscités par Nadège Winter, prêtresse écolo-branchée parisienne. Autre créateur qui monte, le Danois Peter Ingwersen, qui a lancé voici deux ans la marque Noir, à la fois rock et luxe avec ses leggings en cuir et ses tuniques maxi-décolletées en « coton 100% organique de Tanzanie ».

Tous marchent dans les pas de la belle Stella, figure de proue londonienne avec ses toiles vernies en guise de cuir, honni par cette végétarienne, sa lingerie et ses micro-collections bio.

La mode bio serait-elle enfin en train de s'imposer ? Le contexte économique dépressif est plutôt favorable, qui met au goût du jour une slow fashion rompant avec l'hyperconso et la fringue Kleenex. Dans le haut de gamme, Ferragamo sort cette saison un sac en cuir « respectueux de l'environnement » et Jérôme Dreyfuss en a fait une marque de fabrique sans le revendiquer. Enfin, des nouvelles marques de prêt-à-porter ne cessent d'apparaître. A l'étranger : les jeans Del Forte et les robes sophistiquées Ciel. En France, les jeans Nu et les petits hauts LeAF (pour « Love the Earth Fashion ») en coton biologique, alpaga et cachemire. Ici, les couleurs sont celles des créateurs : des bleus nuit, des taupe, et un blanc « obtenu sans utilisation de chlore ». Créée par Marie-Hélène Gautier, ancienne rédactrice de mode, LeAF n'est pas distribuée dans les boutiques spécialisées mais au Bon Marché. « Je mange bio, je trie mes déchets, je recycle, assure la créatrice. Mais je n'ai pas jeté mon portefeuille Céline ! ». A ce jour, c'est encore ce mélange des genres qui fait foi.

**CÉLINE CABOURG
ET MORGANE BERTRAND**

Dalia and Rose, concept store écolo

Dalia and Rose, c'est le nouveau concept store éthique situé place du Marché-Saint-Honoré à Paris. Non loin de la grande sœur American Apparel. Le premier du genre. A l'origine de cette mini-boutique de 42 m², Clélia Moretton, qui connaît bien le milieu de la mode. Sans tomber dans le militantisme obtus, elle essaie d'intégrer autant que possible les canons écolos. « Ce n'est pas une religion mais si chacun y met son petit grain de sel... »

Pour l'architecture intérieure, cette ex-mannequin a utilisé un bois pourpre du Brésil prélevé de façon équitable. Allergique aux produits made in China, elle cherche toutes les astuces pour chiner les bonnes pièces éthiques. « Je fais tous les salons, les showrooms, passe des heures sur internet. » Et elle trouve. A côté des références montantes comme LeAF Camilla Norrback ou Macqua, elle tombe sur les panamas éthiques de la marque Pachacuti, la collection de maillots de bain en liberty Bronzette, les bijoux Ombre claire ou les ballerines multicolores de French Touch. Un bon mix.

C. C. et M. B.



En partenariat avec

Elisabeth Laville, Elodie Rochel
et Marie-France Corre

