

## MODE

**Les fashionistas du monde entier s'arrachent chaussures végétariennes, tee-shirts en coton bio ou sacs de charité. Surtout lorsque les stars et les people en font la promo. Quand lutte contre le réchauffement climatique rime avec branchitude... Par Katia Pecnik**

## Tendance verte

**L**e 15 janvier dernier, Nathalie Portman a fait sensation dans la très chic boutique de chaussures Té Casan, à New York. Végétarienne de longue date, elle y présentait une nouvelle ligne entièrement *vegan* (comprendre végétarienne), fabriquée sans aucune matière d'origine animale. Ne trouvant pas chaussure bio à son pied, elle a décidé de créer des modèles sans cuir : escarpins écarlates, babies vernies et autres ballerines. Les commandes de ses modèles en série limitée au prix moyen de 200 euros (5% des bénéfices sont reversés à une association caritative) s'envolent.

Les people déferlent sur la mode verte. Bono a été le premier. Dès 2005, le chanteur de U2 a lancé avec sa femme Ali Hewson Edun une ligne de vêtements écologiques. Depuis, les *people* se ruent dans la ten-

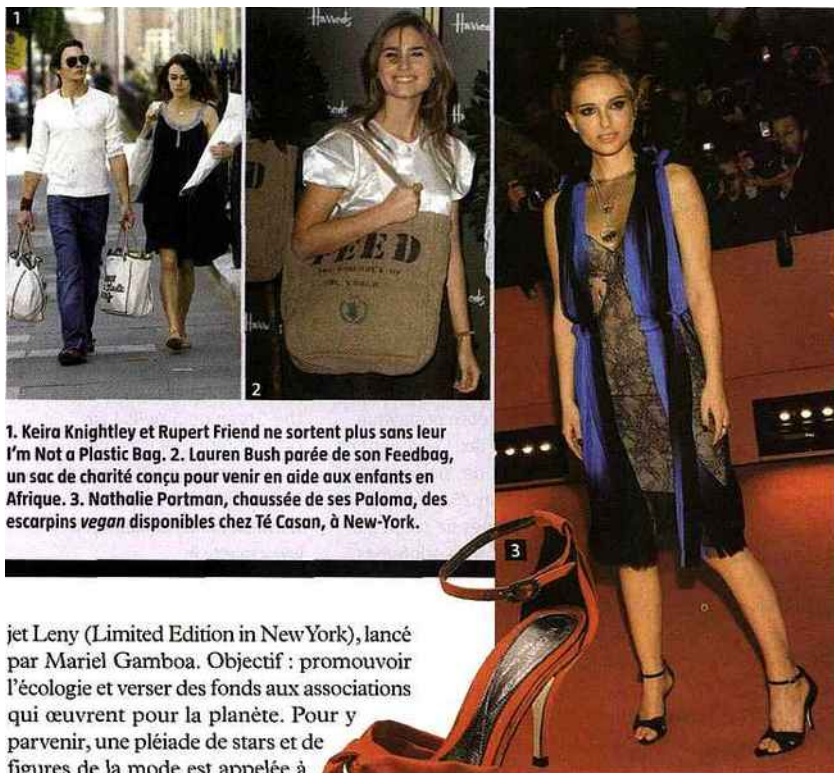
dance verte. Top-modèles, actrices ou VIP, de Kate Moss à Stella McCartney en passant par Nathalie Portman, les stars ne se contentent plus de proclamer leur amour pour la planète ou de raconter à longueur d'interviews leurs BA quotidiennes pour lutter contre le réchauffement climatique. Désormais, elles mettent la main à la pâte en se faisant styliste ou designer écolo.

Pour une marque, miser sur un *green people* est souvent un excellent calcul. Exemple : l'incroyable engouement suscité par le sac I'm Not a Plastic Bag. C'est début 2007 que la créatrice Anya Hindmarch imagine un cabas en coton frappé de ce slogan environnemental pour sensibiliser à la pollution colossale induite par les sacs en plastique. Pour la petite histoire, on apprendra plus tard que ce *shopping bag* n'est pas en coton bio, et qu'il a donc fallu polluer pour faire passer le message ! Bon... Mais toujours est-il, que « le sac qui n'est pas en plastique », vendu 5 livres anglaises, devient rapidement un *must*. Comment ? Ses concepteurs commencent par l'offrir aux actrices lors de la cérémonie des Oscars. Un triomphe. Scarlett Johansson, Keira Knightley, Jessica Biel et Lily Allen sont photographiées sac à l'épaule. L'effet rebond est spectaculaire ! Les clientes se pressent dans les points de vente du monde entier pour s'arracher l'objet adoubi par leurs idoles. Dans les magasins de la chaîne Sainsbury, le Monoprix anglais, 20 000 exemplaires sont achetés en quelques heures. Certaines clientes installent un campement devant les boutiques la veille de l'ouverture. Et les plus accros enchérissent même jusqu'à 225 livres sur eBay pour acquérir ce modeste sac à provisions !

On le voit, les *fashionistas* sont plus sensibles à l'effet star qu'aux arguments écologiques. Mais pourquoi se priver quand on peut allier bonnes actions et bonnes affaires ? Ainsi, le récent pro-



1. Collection printemps-été 2008 de la griffe Art.23.
2. Le T-Shirt conçu par Richard Branson pour le projet Leny.
3. Le I'm Not a Plastic Bag, de Anya Hindmarch.



1. Keira Knightley et Rupert Friend ne sortent plus sans leur l'm Not a Plastic Bag. 2. Lauren Bush parée de son Feedbag, un sac de charité conçu pour venir en aide aux enfants en Afrique. 3. Nathalie Portman, chaussée de ses Paloma, des escarpins vegan disponibles chez Té Casan, à New-York.

jet Leny (Limited Edition in New York), lancé par Mariel Gamboa. Objectif : promouvoir l'écologie et verser des fonds aux associations qui œuvrent pour la planète. Pour y parvenir, une pléiade de stars et de figures de la mode est appelée à la rescousse. Pour les besoins d'un nouveau sac en édition limitée, moult *fashion icons* sont intervenus : Kate Moss, Christy Turlington, Gwyneth Paltrow, Jade Jagger, Margherita Missoni... D'autres célébrités ont été sollicitées pour concevoir un tee-shirt : Natalia Vodianova, Stefano Pilati, Richard Branson y ont été de leur petit dessin. Sarah, la tête pensante de la boutique Colette, confirme : « J'ai rejoint le projet immédiatement, dès que Mariel Gamboa me l'a présenté. Colette n'étant pas un artiste en soi, j'ai fait appel à Eiko Maekawa. Je lui ai demandé d'illustrer la pollution causée par les voitures et de vanter les mérites du vélo. Forcément, la collaboration de célébrités sert efficacement la cause de l'écologie. »

Toujours à l'avant-garde, la boutique parisienne propose un grand nombre de produits verts. Elle s'est illustrée en devenant premier point de vente du Feedbag, un sac conçu par Lauren Bush. Mannequin et nièce de qui vous devinez, la jeune femme était déjà porte-parole du Programme alimentaire mondial (PAM). Elle a mis sa notoriété au service d'un « sac de charité » (*feedbag*) en toile de jute et coton bio. Vendu 50 euros pièce, il permet de nourrir un enfant en Afrique durant une année scolaire... Et, en plus, il est tendance ! Le *tote bag*, un fourre-tout en tissu grossier paré d'un message écolo ou caritatif, est la nouvelle marotte des *beautiful people*. Bilan : entre avril et décembre 2007, 37 500 *feedbags* ont été vendus. Les 100 exemplaires présentés en avant-première chez Colette ont été écoulés en

quelques jours, ainsi que les quelques réassorts. Associer la faim dans le monde avec l'une des boutiques les plus branchées du monde ou comment marier drame et futilité. Le PAM se montre pragmatique : s'il a choisi Colette, c'est pour toucher les prescripteurs de mode et faire buzzer le projet. « Nous n'ignorons pas que la notoriété et les contacts de Lauren Bush sont très utiles pour le retentissement médiatique, précise-t-on au PAM. D'ailleurs, elle va bientôt sortir d'autres gammes. » Pourquoi changer une équipe qui gagne ?

On peut donc, nous disent tous ces *people* convertis au vert ou à l'éthique, être glamour tout en se souciant de l'avenir du monde. Ainsi, Tania Bruna-Rosso, chroniqueuse du *Grand Journal*, sur Canal+, pose pour la griffe équitable et écolo-correcte Art.23. Il est vrai que la belle et mutine journaliste a été élevée au bon grain – boulgour et pil-pil – par des parents bouddhistes : « L'écologie, malheureusement, est rarement glamour. Et l'image d'une mode éthique à base de jupes de chanvre, bonnets péruviens et tee-shirts tie&dyé peut paraître déprimante. Je suis fière de collaborer avec Art.23, parce que je peux joindre l'utile à l'agréable. C'est une exquise sensation de pouvoir porter un ravissant vestiaire, chic et éthique. » On s'attend donc à voir d'autres *people* se convertir. Christine Bravo herself lance une ligne de vêtements équitables pour bébés sur Internet. À qui le tour ?

[www.feedprojects.org](http://www.feedprojects.org), [www.tecasan.com](http://www.tecasan.com),  
[www.leny-icons.com](http://www.leny-icons.com), [www.article-23.com](http://www.article-23.com) et  
[www.bravollywood.com](http://www.bravollywood.com)