

FICHE D'IDENTITE

- Réf : 2075131 jeh

- Classement : SOS 201079

■ ELEMENTS DE RECHERCHE :

COMPAGNIE DU COMMERCE EQUITABLE : distributeur de produits issus du commerce équitable, toutes citations

■ SITE : La Croix (www.la-croix.com)

- Référence de la page : <http://www.la-croix.com/article/index.jsp?docId=2296705&rubId=1096>

EXTRAIT DE CITATION

04/03/2007

Le textile développe sa fibre équitable

Nouvelles marques, nouvelles entreprises, nouveaux salons, le textile équitable est à la mode. Son poids économique modeste a surtout valeur d'exemple pour entraîner le reste du secteur

Dans l'univers de la mode, on appellerait cela une tendance. Dans le jargon économique, une croissance exponentielle : au carrefour de la mode et de l'économie, le petit secteur du textile équitable mérite les deux appellations.

Depuis peu, jeunes créateurs éthiques et nouvelles marques citoyennes trouvent leur place dans des salons dédiés à la mode éthique et dans les collections de certains couturiers. Du coup, grandes enseignes et distributeurs nationaux pointent le bout de leur carnet de chèques. Signe que la mode éthique n'est pas qu'un feu de paille.

Il est pourtant difficile de mesurer le poids économique d'un secteur trop récent et éclaté, qui rassemble à la fois des grandes marques et de jeunes entreprises sociales. « La mode éthique recouvre plusieurs démarches, analyse Nathalie Ruelle, professeur spécialisé sur le développement durable à l'Institut français de la mode.

"Les consommateurs veulent donner du sens à leurs achats"

Il y a les sociétés qui mettent l'accent sur le respect de l'environnement, celles qui veulent d'abord aider les pays du Sud, celles qui cherchent à recycler des matières naturelles et aussi celles qui voudraient maintenir l'emploi local en Europe. » La mode éthique ne représente guère plus que les produits alimentaires équitables, soit, en valeur, pas plus de 0,1 % du commerce en France.

Mais plusieurs indices témoignent d'un développement de cette branche du commerce équitable. La mode éthique tient salon. L'espace « So Ethic », au récent Salon international du prêt-à-porter, à Paris, a accueilli plus de 50 marques citoyennes, contre une quinzaine l'an dernier. À l'automne, l'Ethical Fashion Show, toujours à Paris, a consacré des jeunes créateurs éthiques du monde entier.

L'événement était parrainé par la délégation interministérielle à l'économie sociale (DIES), qui veut consolider ce nouveau secteur équitable. « Le textile est une nouvelle étape pour le commerce équitable, estime Christine Damiguet, conseillère technique à la DIES. Les consommateurs citoyens veulent donner du sens à leurs achats, mais en même temps, ils ne veulent plus du poncho de Tintin, dans *Le Temple du Soleil* ! Ils auront désormais accès à des produits à forte valeur ajoutée. »

Aujourd'hui, les consommateurs ont aussi besoin d'avoir des garanties sur la filière équitable. Comme dans l'alimentaire, l'association Max Havelaar est un acteur incontournable, qui cherche à rassurer les consommateurs sur la provenance des vêtements équitables. Depuis 2004, elle appose son logo « coton équitable » sur les références d'une cinquantaine de marques, comme les Jeans Rica Lewis ou les chaussettes

Kindy.

Des grandes enseignes engagées avec Max Havelaar

Ce logo indique que les fabricants ont incorporé dans leurs produits du coton qui respecte les principes fondamentaux du commerce équitable : prix juste payé aux producteurs, par rapport à des prix mondiaux en baisse, prime de développement versée aux coopératives, prime supplémentaire pour la culture du coton bio, rotation des cultures pour l'autosuffisance alimentaire. Fin 2006, 28 000 producteurs d'Afrique de l'Ouest ont bénéficié de 7,2 millions d'euros de revenus issus du coton équitable (contre 6 100 fin 2005, qui avaient reçu 720 000 €).

« Nous ne négligeons pas pour autant le reste de la chaîne de fabrication, assure Christophe Alliot, directeur des affaires internationales de Max Havelaar. Nous garantissons aux marques adhérentes, et donc aux consommateurs, qu'aux étapes intermédiaires de filage, de tissage et de confection, les usines respectent les droits des travailleurs. »

Les marques choisissent leurs sous-traitants au sein des usines certifiées par Max Havelaar, qu'elles soient en Inde, en Turquie ou au Maghreb. Dès qu'il y a un doute sur la traçabilité des vêtements, Max Havelaar peut retirer son agrément aux fournisseurs.

La Redoute fait partie des grandes enseignes qui se sont engagées dans la démarche de Max Havelaar. Environ 5 % de ses produits en coton (tee-shirts, mais aussi couettes et linge de maison) sont équitables. « Nous avons ainsi vendu 200 000 tee-shirts de notre catalogue, se réjouit Élisabeth Cazorla, directrice de l'habillement à La Redoute. Mais je pense que c'est autant le bon rapport qualité-prix qui a séduit les clientes que le fait d'aider les producteurs de coton du Mali. »

Autre signe de l'effervescence du secteur, la création de niches spécifiques par les entreprises sociales, véritables pionnières du secteur il y a à peine cinq ans : baskets en coton bio pour la société Veja, tee-shirts fabriqués par des couturières brésiliennes pour Tudo Bom.

Comment élargir le cercle du textile équitable ?

Et depuis quelques mois, les créations branchées pour Article.23, une marque de l'entreprise d'insertion la **Compagnie du commerce é;quitable**, en référence à l'article 23 de la Déclaration universelle des droits de l'homme : « Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine. »

« Nous profitons de l'expérience des premières sociétés du secteur, comme Ideo, explique Frédéric Bailly, directeur de la Compagnie, établie à Saint-Denis. Elles ont commencé par des vêtements plus faciles à fabriquer, comme ceux de sport. Nous pensons qu'il est possible aujourd'hui d'élargir la gamme vers des produits plus chics, des pantalons ou des blousons, allant jusqu'à 70 € pour les hommes et 100 € pour les femmes. » Les textiles d'Article.23, qui portent le logo du coton équitable Max Havelaar, sont fabriqués en Inde par des couturières, défavorisées parce qu'elles appartiennent à des basses castes.

Oumie Yanssané, gérante de la boutique Bébés en vadrouille, place de la Bastille à Paris, est, elle aussi, sur un créneau spécifique : les vêtements pour les tout-petits. Elle cherche à créer sa propre collection, à base de coton bio d'Afrique de l'Ouest et de laine d'alpaga du Pérou.

Pour cette jeune femme, intransigeante sur les principes du commerce équitable, « la difficulté pour nos entreprises, c'est le "sourcing" éthique : le fait d'aller chercher les produits les plus compétitifs, en respectant en même temps des critères éthiques et environnementaux. On essaie d'aller sur place, de lancer des audits et on fait aussi confiance aux ONG locales. » Cette recherche a un coût qui se répercute sur les prix de vente.

Comment alors élargir le cercle du textile équitable ? C'est par les commandes des grands donneurs d'ordre (grandes entreprises comme La Poste, collectivités locales.) que le textile équitable changera d'échelle. Mais la jeune filière compte aussi sur l'implication des grands couturiers pour rester à la mode.

DESCRIPTION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

Site du journal papier "La Croix". Il dispense une actualité quotidienne et généraliste composé d'articles de la rédaction et de dépêches AFP.

NOTATION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

NOTATION GÉNÉRALE	X	X	X	X	
RICHESSE DU CONTENU	X	X	X		
QUALITÉ RÉDACTIONNELLE	X	X	X	X	
QUALITÉ GRAPHIQUE	X	X	X		
FRÉQUENCE DES MISES À JOUR	X	X	X	X	X

L'appréciation que réalise l'Argus de la Presse sur les sites qu'elle sélectionne privilégie avant tout l'information. La richesse du contenu s'apparente donc à une richesse éditoriale régulièrement renouvelée.

■ CONTACTS RELEVÉS SUR LE SITE :

Nom/Position

Rédaction

Publicité

Service communication

E-mail/Page de contact

lecteurs.lacroix@bayardweb.fr

laurence.jamesse@bayard-presse.com

communication.croix@bayard-presse.com