

FICHE D'IDENTITE

- Réf : 2191573 eml

- Classement : SOS 201079

■ ELEMENTS DE RECHERCHE :

ARTICLE 23 : marque de vêtements équitables, toutes citations

■ SITE : Elle (www.elle.fr)

- Référence de la page : <http://www.elle.fr/elle/mode/les-news-mode/autres-news/avoir-la-fibre-ecolo>

EXTRAIT DE CITATION

Avoir la fibre écolo

On peut être fashion et concernés par l'environnement. C'est pourquoi, de plus en plus de marques éthiques, mais dans le vent, développent des collections en fibres textiles naturelles. Un argument marketing fort qui nécessite cependant une petite mise au point.

Pulls fins en fibres de lait, sous-vêtements en fibres de bois, baskets en cuir végétal. Aujourd'hui la mode fait la part belle aux matières naturelles. Un marché qui surfe sur les besoins d'une communauté fashion, certes, mais aussi en quête d'une consommation plus responsable. "On assiste à une réelle prise de conscience des problématiques environnementales, explique Isabelle Quéhé, responsable de l'Ethical Fashion Show. Résultat : de plus en plus de marques éthiques proposent des collections branchées, bio et équitables."

Fini donc le temps où "écolo" rimait avec "pas beau". Désormais, le style fait partie de la stratégie des griffes "vertes". Mais attention, se repérer dans cette jungle textile nécessite d'ouvrir l'œil. Ainsi, Enamore, marque mi-rétro, mi-punk, fondée par la styliste Jenny McPherson, affiche une philosophie 100 % naturelle avec l'utilisation de matières premières comme le chanvre, le coton, la soie, le bambou. Mais qui dit "naturelle" ne dit pas exempt de substances polluantes. Jean-François Monnet, ingénieur conseil à la Fédération de la maille, rappelle ainsi que "le bambou, par exemple, est une viscose mélangée à des solvants toxiques, dans 95 % des cas".

Les nouvelles fibres séduisent cependant de plus en plus de marques émergentes. Elles évoquent une forme de "retour aux sources" et permettent également de développer de nouvelles sensations. Sophie Young, créatrice de la marque G=9.8, propose des sous-vêtements en fibres de bois recyclé à partir des déchets d'élagage. "La fibre de pin a des propriétés thermorégulatrices qui engendre une impression de fraîcheur, commente-t-elle. De plus, les teintures que nous utilisons ne présentent aucune toxicité pour la peau." Mais, pour que le tissu soit suffisamment élastique, 6 % d'élasthanne ont été rajoutés. De son côté, Catherine Soundi, fondatrice de la marque Machja, a choisi de développer, en plus de ces collections en coton bio, des pulls en fibres de lait "pour leurs propriétés hydratantes et antibactériennes". Or, pour garantir au consommateur un prix abordable -100 € en moyenne-, le pull n'est constitué qu'à 30 % de fibre de lait pour 70 % de laine.

Les modèles à suivre, donc, sont les marques qui ont opté pour la filière bio. "Produire 1 kg de coton -le volume nécessaire à la fabrication d'un jean et d'un t-shirt- nécessite 7 000 litres d'eau, 75 grammes de pesticides et 2 kilos d'engrais chimiques", précise Elisabeth Laville*, responsable de l'agence de développement durable Utopies. Seule solution pour freiner cette culture polluante : s'offrir du coton bio. **Article 23**, une marque de la Compagnie du commerce *équitable*, a ainsi développé, en 2006, une ligne de basiques en coton bio. Boléro en jersey, *robe* à plastron en popeline. Adam Love, le directeur artistique, a travaillé pour Karl Lagerfeld, Antik Batik et Colette. Pas question pour lui de faire de l'écolo en rognant sur le style. Il propose des produits haut de gamme tout en tenant le pari de demeurer accessible (70 € la chemise). Autre stratégie, la maison Veja et sa première basket écologique. "La semelle est fabriquée en caoutchouc naturel d'Amazonie, la toile est en coton bio ou en cuir végétal dépourvu de chrome", explique Aurélie Dumont, en charge de la communication. Éthiques et surtout follement fashion, les collections Veja ont déjà séduit les points de vente les plus pointus. Mais aujourd'hui, l'équipe veut conquérir de plus grandes enseignes. A 85 € la paire, ces chaussures devraient facilement trouver leur place dans les rayons des grosses boutiques de sport.

Autre possibilité pour s'équiper "raisonné" : explorer les champs du recyclage. Excellent exemple de cette démarche, Bilum, qui fabrique des sacs à partir de bâches publicitaires, les anses et les poignées étant des ceintures de sécurité récupérées. Un travail salué, notamment, par l'exposition "Changer d'ère" à la Cité des sciences et de l'industrie de la Villette à Paris.

Mais, nous n'en sommes qu'aux prémices. Les chercheurs misent déjà sur des matières écologiques alternatives, "à condition que le processus de fabrication respecte les normes écologiques jusqu'au produit fini", rappelle Jean-François Monnet. Fibres de maïs, d'algues, de carapaces de crustacés, d'ortie, de soja. Toutes "alimentent" nos espoirs et, bientôt, nos futurs placards.

* "Achetons responsable", d'Elisabeth Laville et Marie Balmain, Ed. Seuil, 2006.

Linda Degand

DESCRIPTION DU SITE

■ DESCRIPTION DU SITE PAR LUI-MEME :

ELLE.fr. Tout l'esprit ELLE. Tout l'esprit WEB

DESCRIPTION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

Site du magazine féminin Elle qui propose une actualité divisée par thème (news, mode, beauté, santé, société, people et cuisine). Le site présente plusieurs coups de coeur (produits, émissions télé ...) de la rédaction, des endroits où sortir et met en ligne des recettes (entrée, sauce, poisson, viande ...), des dossiers santé ainsi que des interviews.

NOTATION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

NOTATION GÉNÉRALE	×	×	×	×	
RICHESSSE DU CONTENU	×	×	×		
QUALITÉ RÉDACTIONNELLE	×	×	×		
QUALITÉ GRAPHIQUE	×	×	×		
FRÉQUENCE DES MISES À JOUR	×	×	×	×	×

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

Rédacteur en Chef Laurent Rojot

E-mail/Page de contact

laurent@elle.fr