



MASTER IN EUROPEAN BUSINESS 2010

TEST DE FRANCAIS

1ère PARTIE

DUREE : 60 Minutes

POINTS : 60 Points

A : RESUME

20 Points

Consigne :

En utilisant vos propres mots, **résumez** le texte en environ 150 mots.

B : ESSAI

40 Points

Consigne :

Donnez votre opinion et présentez vos arguments sur le sujet

NOM : _____

PRENOM : _____

DATE : _____

A : RESUME

La mode "éthique" combat les clichés pour se faire une place dans les rayons

LE MONDE | 09.01.10 |

Fini l'époque où style "équitable" rimait avec ponchos péruviens et autres tenues folkloriques. 2010 sera l'année de la mode "verte", qu'on se le dise. Du jean à la robe de mariée en passant par la lingerie, les chaussures ou le jogging, tous les rayons de l'habillement y passent.

"La mode éthique est loin des clichés "babas cool" des années 1970. On la trouve aussi bien en couture qu'en prêt-à-porter, sportswear, streetwear, ainsi que dans l'univers du bébé", confirme Isabelle Quéhé, fondatrice de l'Ethical Fashion Show, dont la prochaine édition se tiendra lors de la semaine de la mode à Milan, en février.

Si on a longtemps reproché aux vêtements bio leur manque de goût, les créateurs rivalisent désormais d'innovation pour proposer des collections à même de séduire tous les consommateurs. *"Chic et éthique ne sont pas incompatibles, au contraire",* insiste Franck Zins, PDG de la maison Zins, qui s'est associée à une jeune créatrice de prêt-à-porter d'origine malienne. Ensemble, ils ont créé BaFaro pour Zins, une ligne qui décline vestes sahariennes, pantalons, pulls, T-shirts et bermudas faits de coton biologique et de fibre de lait. *" L'idée, c'est qu'on peut être élégant tout en restant cohérent avec ses valeurs de consommateur responsable",* précise Franck Zins. Il a même décidé d'apporter une petite touche originale à ses modèles, en doublant les poches d'un tissu anti-ondes. Preuve qu'on peut être respectueux des hommes et de l'environnement, et dans l'air du temps.

Autres signes d'évolution : les filières de fabrication se multiplient en France et à l'étranger et les catalogues s'enrichissent. *"De plus en plus de marques proposent des collections construites et complètes",* constate Evelyne Chaballier, directrice des études économiques et prospectives à l'Institut français de la mode (IFM). Y compris dans le sport, à l'image de la jeune griffe française Sébola, qui a développé une gamme de vêtements alliant éthique, esthétique et technique, confectionnés à base de bois ou de polyester recyclé.

Pourtant, la mode éthique peine à émerger. Selon une récente étude de l'IFM, 35 % des consommateurs ignorent l'existence d'une offre d'habillement bio et/ou équitable. Contrairement à d'autres secteurs, comme l'alimentation ou l'automobile, la mode responsable pêche par son manque de publicité et sa distribution. Résultat : une offre peu visible et encore limitée. Quant aux clichés, ils sont encore bien accrochés aux étiquettes.

"Bien souvent, quand on démarche, on doit faire face aux a priori et à l'amalgame entre éthique et ethnique ou hippie, déplore Leticia Amarin, cofondatrice de Pampa & Pop, une ligne féminine, colorée et pétillante venue d'Argentine, qui fait la part belle au cuir en proposant vestes cintrées et sacs à main tendance. *On ne veut pas être catégorisé : on est d'abord mode et ensuite on est éthique."*

Signe encourageant : les Français sont chaque année plus nombreux à acheter des vêtements bio ou éthiques, note l'IFM. Une tendance qui s'accompagne d'une prise de conscience croissante : *"Les gens commencent à se poser des questions sur la provenance des produits. Et quand l'impact carbone sera visible sur chaque vêtement (l'affichage carbone obligatoire sur les produits de grande consommation est prévu pour 2011), ça les poussera forcément à modifier leurs critères d'achat",* conclut Evelyne Chaballier.

Elisabeth Pineau

MEB 2010- French 2

