



FASHION REVOLUTION DAY, la mode a le pouvoir de changer le monde

Le 24 avril prochain, les amoureux de la mode exigent plus de transparence de la part des marques

Voilà deux ans, le 24 Avril 2013 à Dhaka au Bangladesh, le nom du Rana Plaza est devenu tristement célèbre dans le monde entier pour l'effondrement des ateliers de confection qui a causé la mort de 1 133 personnes. Plus de 2 500 ont été blessées. Aujourd'hui, le monde souffre encore des suites du résultat de notre chaîne de production de la mode.

Chaque année, à la date commémorative de cette tragédie, le FASHION REVOLUTION DAY, un collectif créé en Angleterre à l'initiative de la créatrice de mode engagée Carry Somers, et actif dans 66 pays, commémore cet événement pour nous inciter à consommer la mode autrement, à nous interroger sur ceux qui la fabriquent et à réfléchir aux atteintes portées à l'homme et à l'environnement tout au long de ce processus complexe, impliquant de nombreuses opérations de par le monde.

En 2014, nous avons retourné nos vêtements et montré nos étiquettes pour provoquer une réflexion sur l'envers pas toujours très glamour de la mode. Plusieurs dizaines de milliers de selfies ont été partagés sur les réseaux sociaux et le hashtag # fashionrevolution a été classé premier dans le monde en 2014 par Twitter.

UNE CAMPAGNE FASHION REVOLUTION DAY FRANCE 2015 : #JE VEUX SAVOIR

En 2015 le FASHION REVOLUTION DAY FRANCE se mobilise pour savoir ce qui se cache derrière la mode et vous propose d'interroger vos marques sur l'histoire des vêtements que vous portez. L'objectif de cette campagne mondiale est d'exiger la transparence. FASHION REVOLUTION DAY invite les consommateurs à se demander qui a fait leurs vêtements, d'imaginer le chemin qu'ils ont suivi du cultivateur de la matière première, du filateur, du teinturier, jusqu'au confectionneur et au distributeur.

Comment participer à la campagne ?

Prenez-vous en photo portant une pancarte mentionnant :

[#JEVEUXSAVOIR](#)
[#WHOMADEMYCLOTHES](#)



1.
Prenez-vous en photo avec un panneau mentionnant "JE VEUX SAVOIR" et #WHOMADEMYCLOTHES



2.
Partagez votre photo sur les réseaux sociaux



3.
Taggez la marque et indiquez les hashtags #JEVEUXSAVOIR #WHOMADEMYCLOTHES

Et partagez la sur la page facebook de Fashion Revolution Day France et sur les réseaux sociaux. Par l'adhésion et la curiosité des consommateurs nous prouverons aux marques que nous ne sommes pas indifférents aux coulisses de la mode.

Le 24 Avril, à Paris, le Fashion Revolution Day France vous invite à venir participer à une journée de partage autour de conférences et d'ateliers à l'Archipel.

Situé dans les anciens locaux de l'INPI, ce lieu unique en plein Paris a été confié par l'Etat à l'association Aurore pour y accueillir un Centre d'hébergement d'urgence en 2012. Les équipes y ont fait le pari que l'innovation va naître de la mixité sociale: un ensemble d'activités solidaires favorisant la rencontre y sont organisées et dans l'immense chapelle désacralisée et ses bâtiments attenants prennent place un espace de coworking pour entrepreneurs responsables, un café, un bar à couture, une programmation culturelle variée, et de nombreuses autres activités...

L'organisation Fashion Revolution Day France est très heureuse de pouvoir, dans ce lieu chargé de sens et qui accueille la journée du 24 avril, tous vous inviter à apprendre, comprendre et échanger sur le sujet d'une mode plus responsable.

Plus d'information très vite sur les horaires et contenu des conférences du 24 avril à l'Archipel :

<http://fashionrevolution.org/country/france/>

DES RESULTATS ATTENDUS DES 2015

Grâce à notre action commune, nous prouverons aux marques que nous exigeons plus de transparence sur les conditions dans lesquelles elles fabriquent la mode que nous aimons.

Nous informerons les parlementaires français et européens des résultats de notre campagne afin de soutenir les lois allant dans le sens de cette transparence actuellement en discussion en France et au Parlement Européen : proposition de loi (PPL) « devoir de vigilance » des multinationales et l'obligation d'informations sur les étiquettes.

Ainsi, c'est tout l'univers de la mode, consommateurs, médias, entreprises et politiques qui permettront qu'il n'y ait plus jamais de Rana Plaza et que la mode soit un vecteur d'émancipation et de plaisir. Nous croyons en une industrie de la mode qui valoriserait les Hommes, qui respecterait l'environnement, qui n'aurait pas de limites créatives et qui serait rentable, le tout dans une égale mesure.

www.fashionrevolution.org

www.facebook.com/FashionRevolutionDayFrance

https://twitter.com/Fash_RevFrance

Lien Thunderclap : <https://www.thunderclap.it/projects/24095-who-made-my-clothes?locale=fr>

Site de l'Archipel, lieu de la conférence du 24 Avril 2015 : www.larchipel.paris

Pour toute information complémentaire et envoi de selfies : **France@fashionrevolution.org**

FASHION REVOLUTION DAY France : Pour la France, le board est composé d'Isabelle Quéhé (Fondatrice de l'Ethical Fashion Show), Cécile Lochard (Citizen Luxury et Auteur), Hélène Sarfati-Leduc (Consultante mode et développement durable), Maria Fortunato (Experte éco-innovation), Quitterie de Villepin (Consultante communication responsable et consommatrice), Adèle Rinck (Consultante éco-innovation et recyclage), Laure Choppin (Woolkiss) et Aurélie Leclercq (Iconity), toutes actrices et militantes de la mode engagée. Le mouvement est déjà suivi par de nombreuses marques, personnalités, producteurs, artisans, experts... Tous persuadés qu'en valorisant les meilleures pratiques, nous pourrions changer la vie de nombreuses personnes !

CONTACTS PRESSE

Cécile Lochard : 06 85 52 90 61 / cecile@citizenluxury.com

Quitterie de Villepin : 06 84 03 24 89 / quitteriedv@gmail.com

Illustrations, logos et photos de campagnes : <http://fashionrevolution.org/resources/press/>

DONNEES SUR L'INDUSTRIE ET LA CULTURE DU COTON

- Environ 100 millions de ménages ruraux sont impliqués dans la production de coton dans 70 pays (sur une échelle mondiale). 2/3 du coton est produit dans les pays en voie de développement.
- Un grand nombre de fermiers vit dans la pauvreté : ils tentent de vivre avec moins de 2\$ par jour. Cela fait quelques temps que les prix mondiaux du coton sont irréguliers et les fermiers ont été sévèrement touchés par la chute de ces prix. La situation actuelle se complexifie de plus en plus. Les cotonculteurs subissent la montée des coûts du carburant, des pesticides et des insecticides. Cela signifie que peu de fermiers ont la possibilité de couvrir les coûts de leur production. En effet, ils ne peuvent faire abstraction de ces derniers, alors que le coton se vend à un prix dérisoire.
- Les fermiers cultivant le coton aux Etats-Unis, en Europe et en Chine sont fortement subventionnés ce qui conduit à une surproduction du coton de leur part. Lorsque leurs grandes quantités de coton se retrouvent sur les marchés mondiaux, les prix sont tirés vers le bas et les producteurs de coton à petite échelle ne peuvent pas les concurrencer.
- L'industrie de la mode et du textile, après l'industrie du pétrole, est la deuxième industrie la plus polluante sur terre. (Source : Fashioning Change).
- Aujourd'hui, nous possédons quatre fois plus de vêtements dans notre garde-robe qu'en 1980 et la comparaison est aussi valable pour le montant dépensé en achat de vêtements chaque année.
- Au moins 8000 produits chimiques sont utilisés pour transformer les matières premières en vêtements. Beaucoup d'entre eux sont toxiques et polluent l'environnement, l'eau locale et causent de sévères dommages chez les travailleurs. (Source : Greenpeace).
- Il y a 20 000 morts / an résultant d'un empoisonnement aux pesticides. La plupart d'entre eux travaillent dans la culture du coton dans les pays en voie de développement. (Source : EIJ).
- La mode est la deuxième industrie la plus polluante au monde avec le pétrole, en termes d'impacts sur l'environnement. 25% des substances chimiques produites dans le monde sont utilisées pour les textiles et c'est une industrie qui est extrêmement polluante pour l'eau potable (la deuxième la plus polluante après l'agriculture). (Source: Danish Fashion Institute 2013).

ETAT DES LIEUX DE LA TRANSPARENCE AUJOURD'HUI

- Seulement 4 entreprises sur 10 tentent d'aller au-delà des approches classiques (qui ont montré leurs résultats limités) dans leur chaîne d'approvisionnement pour la rendre plus durable. (Source : Deloitte, 2013).
- 61% des entreprises ignorent où leurs vêtements ont été fabriqués, 76% ne savent pas où leur tissu est tissé, tricoté ou teint et 93% ne connaissent pas la fibre d'origine. (Source : Baptist World Aid Australia 2013 ; <http://baptistworldaid.org.au/assets/Be-Fair-Section/FashionReport.pdf>).
- Les entreprises qui ont un fort engagement éthique réalisent depuis quelques années des performances dans le secteur au-dessus de la moyenne. En effet, un classement du World's Most Ethical Companies a démontré que ces organisations se retrouvent en tête du Standard & Poor 500 et FTSE 100 chaque année de 2005 à 2010. (Source : Institute of Business Ethics).
- 2 / 3 entreprises de la mode ne s'attachent pas à faire participer leurs clients sur la problématique de la durabilité. (Source : Deloitte 2013).

CE QUE LE CONSOMMATEUR PENSE DE LA TRANSPARENCE

Un nouveau sondage de la campagne menée par YouGov/Global nous apprend que :

- 78 % des acheteurs estiment que les entreprises de mode britanniques ne sont pas assez transparentes sur leurs chaînes d'approvisionnement (à savoir les conditions de travail appliqués dans leurs filières mais aussi les salaires des personnes employées).
- 76 % considèrent que les entreprises se doivent d'être transparentes et honnêtes sur les conditions de leurs usines et les salaires perçus par leurs travailleurs.
- 74 % ont déclaré qu'ils seraient susceptibles de payer un supplément de 5% sur l'achat de leurs vêtements s'ils étaient assurés que la rémunération et les conditions de sécurité des travailleurs sont équitables.

L'INDUSTRIE MONDIALE DE LA MODE NE VOIT PAS SON POTENTIEL POUR CHANGER LE MONDE

- L'industrie mondiale de la mode - textile, habillement, accessoires, chaussures et articles de luxe - vaut plus de 2,5 trillions de dollars et emploie actuellement environ 60 millions de personnes dans le monde. C'est l'un des secteurs les plus importants dans le monde. Vêtements, accessoires et produits de luxe représentent plus de 55% de ce marché et le taux de croissance annuel prévu jusqu'en 2015 est de 4 % par an. (Sources : Global Market Apparel 2013 et ILO 2013).
- Si l'on prend la mode plus particulièrement (hors textile ou fabrication) c'est un secteur qui emploie environ 4,2 millions de personnes et vaut 1,2 trillions de dollars. (Source : OTEXA 2013).