

Vie numérique

La fripe, le dernier chic de la mode en ligne

Les sites dédiés à la vente de seconde main se multiplient. Une façon de lutter contre la surconsommation

Bertrand Beauté

C'était le 24 avril 2013. Il y a presque quatre ans. Ce jour-là, le Rana Plaza - un complexe de confection pour différentes marques internationales de vêtements - s'effondrait sur ses ouvriers, faisant plus de mille morts. Ce jour-là, le monde découvrait les conditions effroyables dans lesquelles se font nos T-shirts, baskets et autres sapes dans les usines bangladaises, deuxième pays exportateur de textile au monde derrière la Chine. Depuis, les conditions de sécurité semblent s'être améliorées, mais la problématique de la surconsommation de vêtements produits à l'autre bout du monde reste entière: l'industrie du textile est la deuxième plus polluante après celle du pétrole.

La seconde main à la mode

Afin de lutter contre ce phénomène, de nombreuses plates-formes se lancent en Suisse romande pour favoriser la vente d'habits de seconde main. Parmi elles, Fair'act, le portail de la mode éthique qui vient de récolter plus de 10 000 fr. sur le site de financement participatif Wemakeit, dépassant de 2000 fr. son objectif initial. «La levée de fonds s'est achevée mercredi 15 mars par un succès, se réjouit Gaëtan Buser, l'un des cinq cofondateurs de Fair'act. Cela va nous permettre de mettre en ligne le site à la fin du mois de mars.»

Concrètement, Fair'act va réunir toutes les solutions existantes en Suisse romande (créateurs locaux, boutiques éthiques, réparateurs, etc.) pour consommer la mode d'une manière responsable. «Après quelques semaines de travail, nous avons déjà réuni plus de 400 adresses, souligne Gaëtan Buser. Et nous croulons sous les demandes.» Le site proposera également des astuces pour transformer ses vêtements, comme par exemple fabriquer une robe pour son enfant à partir d'une vieille chemise de son papa.

L'idée de créer Fair'act est venue d'un constat: «En moyenne, 30% de la garde-robe d'un Suisse romand n'est jamais portée, alors que sa fabrication demande beaucoup de ressources. Un seul T-shirt nécessite par exemple 2700 litres d'eau et 25 traitements chimiques, poursuit



Des ouvriers d'une usine de confection au Vietnam, près de Hanoi, où les conditions ne sont pas toujours meilleures qu'ailleurs. REUTERS

«Je suis convaincu qu'il y a une prise de conscience de la population sur la problématique du textile»

Gaëtan Buser Cofondateur de Fair'act

Gaëtan Buser. Nous avons souhaité informer et sensibiliser la population sur cette problématique.»

Prêts à changer

Avant de se lancer, les fondateurs de Fair'act ont réalisé un petit sondage auprès de 500 Romands. Les résultats les ont confortés dans leur idée: 86% des répondants changeraient leur mode de consommation s'ils étaient mieux informés sur les enjeux de l'industrie du textile et 58% sont déjà entrés dans un ma-

gasin de seconde main. Un potentiel qui intéresse d'autres acteurs.

Lancée au Danemark en 2014, l'application Tradono, qui se définit comme un marché aux puces sur smartphone, a débarqué en 2016 en Suisse, où elle revendique déjà plus de 60 000 utilisateurs. Financé en autres par Tamedia - groupe dont fait parti la Tribune de Genève - Tradono propose de vendre en un clic les affaires dont on n'a plus besoin - des vêtements mais aussi tout autre objet. Le logiciel ainsi que la publication des

petites annonces sont gratuits. Ces nouvelles applications viennent s'ajouter aux historiques Lausanne répare et Genève répare, qui proposent d'offrir une nouvelle vie aux objets, plutôt que de les jeter. Une multiplication des plates-formes, donc, que Gaëtan Buser juge encourageante: «Tout ce qui permet de ne pas acheter des vêtements produits à l'autre bout du monde est bénéfique pour la planète. Par ailleurs, cela montre qu'il y a une prise de conscience au sein de la population.»

Les applis du samedi

Enfants

ExplorArt Klee (iOS)
Note: @@@@



Voici une jolie application qui ne manquera pas de séduire les artistes de 4 à 12 ans. Le concept est simple: une plongée à la fois poétique, libre et créative dans l'univers de Paul Klee. Un certain Cicé et son chat Kou emportent l'enfant dans leurs pérégrinations à travers le monde de l'artiste. L'internaute junior navigue dans six tableaux, joue avec, les explore, les modifie, bref, s'approprie ces œuvres. L'application est sans aucune «gamification»: pas de niveaux à débloquent ou de récompenses à gagner. Juste l'art pour le plaisir. C.D.

Sommeil

iRonfle (iOS)
Note: @@@



Votre sommeil est entaché par un conjoint ronfleur? Pas de panique, dégagez votre smartphone avant de vous glisser dans les bras de Morphée et enregistrez durant la nuit les vrombissantes nuisances sonores qui jaillissent de l'autre moitié du lit. Pas question ici de culpabiliser l'auteur: l'application iRonfle analyse chaque décibel de ces ronrons nocturnes et prodigue, en fonction du résultat, des conseils pour les atténuer, voire les faire disparaître; de la bandelette nasale à l'achat d'un humidificateur d'air. C.D.

Sexualité

Can'u (iOS/Android)
Note: @@@



Besoin de pimenter un tant soit peu votre vie de couple? Envie de casser la routine? L'application Can'u propose aux couples de s'envoyer des défis plus ou moins polissons, selon six niveaux de coquinerie (romantique, coquin, chaud, très chaud, extrême et jeux de rôle). Pour corser la chose, l'expéditeur ne sait pas quel défi reçoit son partenaire: le choix se fait aléatoirement parmi les 800 «gages» disponibles. Si cette impudique mission est acceptée, le joueur dispose d'une semaine pour la réaliser... C.D.

Les pieds dans la Toile

Facebook vs Snapchat, duel sans pitié

Décidément, Snapchat est une perpétuelle source d'inspiration pour Mark Zuckerberg. Après avoir copié-collé la fonctionnalité «Stories» du réseau social concurrent tour à tour sur Instagram, WhatsApp puis Messenger, il a décidé d'en revêtir l'application Facebook elle-même. Depuis mercredi, plusieurs du 1,7 milliard d'utilisateurs de l'application mobile ont vu apparaître sur leur timeline ces nouvelles «bulles» qui contiennent des photos ou vidéos visionnables dans un délai de 24 heures avant de disparaître. Ce qui n'était jusqu'ici qu'une option testée auprès de certains utilisateurs irlandais étend



L'objectif de Facebook est clair: tuer Snapchat. DR

sa phase de test à d'autres pays. L'objectif: évincer Snapchat, entré en Bourse récemment. Depuis le refus catégorique d'Evan Spiegel de vendre Snapchat à Facebook contre la modique somme de 3 milliards de dollars, le géant bleu se livre à des attaques en règle contre le petit fantôme. Arme de prédilection: reproduire systématiquement les services de Snapchat. De nouvelles fonctionnalités sont apparues comme par magie sur le réseau social imaginé par Mark Zuckerberg: avant les fameuses «Stories», il y a eu les filtres en réalité augmentée ou encore les stickers. La guerre est ouvertement déclarée. C.D.