

# LE DÉCHET TEXTILE DEVIENT UN OBJET PRISÉ

A l'heure où l'éveil des consciences écologiques bouleverse l'univers de la mode, la revalorisation de vieux vêtements prend toujours plus d'ampleur et s'impose comme une alternative à la «fast fashion». Texte **Noémie Guignard** Photos **Julie de Tribolet**

**L**es couleurs sont clinquantes, les coupes jeunes, les matières tendance. Dans l'une des rues piétonnes les plus fréquentées de la capitale helvétique, l'enseigne Rework expose sur deux étages une vaste collection de vêtements issus de textiles usagés revalorisés, autrement dit de vêtements «upcyclés». Draps de lit transformés en combinaisons, édredons en vestes d'hiver, rideaux reconvertis en robes fleuries, la marque, alliant esthétique et durabilité à prix raisonnables, se veut une alternative aux enseignes classiques de la mode dite express. «Alors que la seconde main se base sur des pièces uniques, nos vêtements «upcyclés» permettent la création de collections entières, qui permettent de détourner de façon massive la clientèle de la *fast fashion*», expose Kaspar Schläppi, le fondateur du label bernois. En misant sur une production à échelle industrielle, la marque bernoise, déployée sur cinq sites en Suisse alémanique et qui prévoit une installation en Suisse romande d'ici à 2024, compte démocratiser la tendance des vêtements revalorisés en la rendant accessible à un large public.

Le caractère industriel de la démarche bernoise s'impose comme une petite révolution dans l'univers de l'*upcycling*, qui connaît depuis quelques années un essor fulgurant dans le milieu de la mode mais qui reste encore fortement associé à des marques de haute

couture ou à des labels indépendants. La revalorisation de textiles destinés à être jetés nécessite en effet un processus de transformation propre à chaque matériau, ce qui contraint à des productions limitées, voire à des pièces uniques, rendant la démarche difficilement rentable. Ainsi, tandis que l'engouement pour les friperies et les vêtements de seconde main, porté notamment par une frange de la jeunesse en quête de sens et de solutions durables, a contraint les grandes enseignes à s'adapter, à l'instar du géant du prêt-à-porter en ligne Zalando qui s'est lancé il y a bientôt deux ans dans la vente et l'échange d'articles de seconde main en France, le *trend* de l'*upcycling* n'a pas encore été récupéré par l'industrie de la *fast fashion*.

**L'éveil des consciences écologiques est pourtant bien là** et le label bernois Rework, lancé il y a une quinzaine d'années, est convaincu de se trouver aujourd'hui à un tournant stratégique. «Si on veut atteindre une clientèle plus large et la sensibiliser aux enjeux actuels de l'industrie de la mode, il est grand temps qu'on prenne le risque de s'implanter au centre-ville, malgré les loyers élevés», analyse le quinquagénaire. Au cœur des rues marchandes bernoises, le lieu est idéal pour expérimenter cette vision. L'espace est un pop-up, autrement dit une surface mise à disposition temporairement à des conditions avantageuses. Entrée dans le magasin sans se douter qu'il s'agis-

sait de vêtements «upcyclés», une jeune retraitée au style chic semble surprise en bien par le concept. «Je ne savais pas que faire des tailleurs Chanel de ma maman, je n'ai jamais eu le cœur à m'en séparer. Mais là, sachant qu'ils pourraient retrouver une seconde vie, ça me donne envie de les apporter ici», se réjouit la cliente bernoise, ravie de la jupe fleurie qu'elle vient d'acheter. A Fair'Act, plateforme qui encourage une mode éthique et responsable, on salue la démarche, avec un léger bémol. «Le conseil universel, c'est moins, moins, même si c'est de la seconde main, du vintage, du troc, de l'*upcycling*, etc, souligne Fanny Dumas, la présidente de l'association. La démarche n'est louable que si elle n'attise pas la surconsommation.»

Or, pour le label bernois, cette récente visibilité doit aussi servir à doper l'intérêt pour l'*upcycling* à une large échelle. Et la stratégie semble payante. En moyenne, la marque alémanique reçoit chaque semaine la visite d'une classe d'école. Ironie du sort, avant de se lancer dans le vêtement, Kaspar Schläppi était enseignant. Patiemment, il prend le temps de répondre à toutes les questions, notamment sur le choix des sites de production, en Thaïlande et en Inde. Installées directement dans les usines de tri où viennent s'entasser des montagnes de vieux vêtements issus du marché américain, les deux fabriques emploient une soixantaine de personnes. «On a dû créer nos propres entreprises et établir des conditions attractives, explique le



## L'«UPCYCLING», C'EST QUOI?

Contrairement au recyclage, qui passe en général par la destruction de la matière pour en recréer une nouvelle, ce qui induit donc un processus gourmand en énergie, l'«upcycling», anglicisme qui peut se traduire par «surcyclage», a pour objectif d'augmenter le cycle de vie d'un produit existant en détournant son usage afin d'élaborer un objet complètement nouveau.



«Si l'on veut atteindre une clientèle plus large et la sensibiliser, il est grand temps de prendre le risque de s'implanter en centre-ville»

Kaspar Schläppi, fondateur du label Rework

patron de Rework. C'était indispensable pour parvenir à recruter le personnel nécessaire, car la revalorisation de vieux vêtements est un travail exigeant.» Conscient que l'empreinte carbone générée par le transport des vêtements représente aujourd'hui un enjeu majeur pour une clientèle sensible aux

questions environnementales, le label poursuit ses efforts pour renforcer son économie circulaire et augmenter progressivement la part de vêtements collectés et revalorisés en Suisse. Récemment, l'enseigne alémanique a appris sa nomination au Green Business Award, un prix porté par l'an-

Site internet:  
[www.rework.ch](http://www.rework.ch)

cienne conseillère fédérale Doris Leuthard et qui récompense les entreprises générant un impact environnemental positif. «Cette nomination nous est tombée dessus, conclut, presque gêné, Kaspar Schläppi. Que l'on soit lauréat ou non, il s'agit déjà d'une magnifique reconnaissance.»





## Lorraine, créatrice en «upcycling»

Entrepreneuse, directrice du label Perle Rare

Sur l'écran, des tons sable et crème. Concentrée, Lorraine Morier apporte une touche finale à la vidéo du défilé de mode pour présenter sa dernière collection de vêtements «upcyclés».

Sur les podiums, dans un cinq-étoiles veveysan, 27 femmes aux âges et aux corpulences multiples se sont prêtées au jeu du mannequinat. «Seulement deux sont des professionnelles, toutes les autres l'ont fait pour le plaisir, cela a créé une grande bienveillance entre elles», s'enthousiasme la jeune directrice du label Perle Rare. Lasse des modes et des modèles imposés à une cadence effrénée par l'industrie textile, Lorraine Morier veut proposer une autre vision du prêt-à-porter. Plus durable. Plus inclusive. «On crée des habits pour tous les types de femmes, aussi pour celles qui portent de grandes tailles et qui peinent souvent à trouver de jolies pièces», souligne l'entrepreneuse établie sur les rives du Léman.

«On crée des habits pour tous les types de femmes»

Lorraine Morier, directrice de Perle Rare. Ci-dessus, défilé de sa dernière collection à Vevey.

Photos: Julie de Tribollet, Perle Rare

Si le label est encore jeune, l'idée, elle, remonte à plusieurs années. En marge de ses études, la Vaudoise comble les heures perdues en créant une garde-robe à son image, pièces uniques confectionnées en autodidacte sur la base d'anciens vêtements. «On me faisait de super compliments et, peu à peu, je me suis rendu compte que j'étais aussi unique que mes vêtements, c'était puissant comme sentiment», se souvient-elle. Master en poche, Lorraine Morier se voit emportée par le tourbillon de la vie, un travail à temps plein, un conjoint qui se met à son compte, la naissance de deux enfants. «Lorsque mon mari a démarré son entreprise d'entretien, on vivait sur un seul salaire. Dès le moment où il a pu subvenir seul aux besoins de la famille, il était temps que je me lance.»

Pour éviter les charges locatives, toutes les collections sont confectionnées dans le galetas de la maison familiale, à Clarens (VD). Elisabeth Morier, 92 ans, n'a d'ailleurs pas hésité à débarrasser tout son «cheni» pour permettre à sa petite-fille d'y installer son atelier de couture. Habitant à l'étage inférieur, la grand-maman se plaît à venir «guigner» de temps à autre à l'atelier. «C'est un peu l'histoire qui se répète, s'amuse-t-elle. Mon premier pantalon de ski, c'est maman qui me l'avait fait, avec un vieil habit de papa.» Surtout, elle se réjouit de voir

que ses deux machines à coudre servent désormais à donner vie aux créations de sa petite-fille.

La transmission s'arrête là. Pour le reste, Lorraine Morier apprend sur le tas. A apprivoiser les réseaux sociaux. A promouvoir ses collections. A créer une communauté de clientes. A monter des vidéos. «Je ne suis pas une grande perfectionniste, je n'attends pas de tout maîtriser pour me lancer, confie-t-elle. J'ai parfois eu de la peine avec ce trait de caractère mais, aujourd'hui, je le vois comme un avantage, car cela me permet d'oser, de foncer.» Pour assurer une qualité irréprochable, la directrice de Perle Rare s'entoure dès ses débuts d'une couturière diplômée et de deux stagiaires, toutes engagées à 20%. Et son dynamisme est rapidement récompensé. Fin 2021, le label figure parmi les huit finalistes du concours Change Makers Challenge organisé par Google France. La Vaudoise compte bientôt élargir l'offre de Perle Rare, en proposant l'achat de marches à suivre pour apprendre à «upcycler» soi-même ses vêtements. «Certaines femmes adhèrent à nos valeurs mais n'ont pas les moyens d'investir dans une pièce, constate-t-elle. On aimerait donc leur mettre à disposition nos meilleurs designs pour qu'elles puissent les réaliser elles-mêmes.» ●

Site internet: [perlerareconcept.ch](http://perlerareconcept.ch)

## Mathieu, transformateur de «rework»

Autodidacte, fondateur de MatLaSape, La Chaux-de-Fonds

À deux encablures de la gare de La Chaux-de-Fonds, entre une papeterie et les bureaux d'une auto-école, rien ne laisse présager l'événement qui se trame. Ou presque. Il faut suivre le son tamisé des basses et s'enfoncer dans les sous-sols du bâtiment pour découvrir les locaux du collectif Artefact où de jeunes artistes s'exposent. Créatrices et créateurs de mode, bijoutières, fabricant de couteaux et de leurres pour la pêche, DJ, danseurs, la relève chaux-de-fonnrière a répondu à l'appel de Mathieu Haldimann, créateur du label de vêtements upcyclés MatLaSape, et de Joao Uchoa Felix, graphiste indépendant et artiste 3D plus connu sous le nom de Jozy. Tout juste la vingtaine, cheveux mi-longs bleu Klein, MatLaSape et son comparse en sont à leur troisième événement du type. «L'énergie, elle vient du collectif, elle se partage et se transmet, ça nous permet d'avoir plus d'impact», lâche le jeune couturier, tout en profitant d'emprunter un couteau sur le stand d'un exposant pour couper un poivron, récupéré au marché le matin même. «Apéro?» glisse-t-il en souriant.

Sa vie, cet autodidacte de La Sagne (NE) la mène à l'instinct. Un soir de Fête des vendanges, le jeune Mathieu, 17 ans, tombe sur le couturier et designer neuchâtelois Simon Grimm, dont il suit les créations sur les réseaux sociaux. «Je lui ai dit: «Mec, j'aime trop ce que tu fais. Est-ce que je pourrais venir en stage chez toi?» Simon Grimm accepte. Tant pis pour l'apprentissage de mécanicien. Mathieu débarque dans l'atelier du Neuchâtelois. Il y restera plus d'un an. «Il était très assidu, il s'est énormément amélioré depuis et il est désormais autonome, je suis fier de lui», sourit derrière ses lunettes fumées le designer neuchâtelois aux cheveux mauves, invité par son ancien stagiaire à exposer sa collection lors de l'événement chaux-de-fonnier. Clin d'œil à son maître de stage, MatLaSape porte ce jour-là un gilet signé Grimm. «C'est lui qui m'a appris à être créatif, à suivre mon instinct», souligne avec ferveur le jeune couturier.

Pour dénicher une matière première de qualité, le créateur a l'ingéniosité de s'engager comme bénévole à la boutique Emmaüs du centre-ville chaux-de-fonnier, où il passe en moyenne deux matinées par semaine à trier les montagnes d'habits collectés chaque semaine. Il se trouve ainsi aux premières loges des arrivages. Rachetés à l'institution, les vêtements sont ensuite décousus, recousus et transformés en pièces uniques par MatLaSape, qui s'est même vu mettre à



«L'émotion, elle vient du collectif, elle se partage et se transmet»

Mathieu Haldimann, créateur du label MatLaSape

disposition un rayon par la gérante d'Emmaüs pour y vendre ses créations. Le reste de ses pièces uniques s'expose sur les réseaux sociaux ou lors d'événements. «Là, c'est une collection intergénérationnelle, ce sont des chemises que nos grands-parents ont certainement portées et que j'ai réinterprétées en les imagi-

nant pour un couple», détaille-t-il en sortant du rayon un duo de chemises d'armailis, l'une claire, l'autre foncée, panachées pour en faire un recto et un verso. Organisé via les réseaux sociaux, le rendez-vous chaux-de-fonnier est un succès, le sous-sol ne désemplit pas. Si Agnès Aellig se retrouve à y visiter la demi-douzaine de stands, c'est avant tout grâce à l'impulsion de sa fille, une amie de longue date de MatLaSape. «Il y a de belles énergies ici, se réjouit-elle. Ce sont de très jeunes artistes, qui ne sont pas forcément les enfants des bobos chaux-de-fonniers, j'ai le sentiment que l'on assiste là à l'émergence d'un tout nouveau mouvement artistique.» ●

Instagram: [www.instagram.com/matlasape/](https://www.instagram.com/matlasape/)





Objectif: explorer avec les étudiants de nouvelles façons de valoriser vêtements, meubles, vaisselle, lustres et autres objets de récupération. Designer franco-suisse de retour dans la région genevoise pour développer le volet suisse de Wondervision, Marie-France de Crécy est invitée à tenir l'un de ces *workshops*. Complémentaires, leurs visions les amènent à faire se rencontrer deux univers a priori très éloignés. Engagé depuis une douzaine d'années à faire rayonner l'action de Caritas dans le canton, Camille Kunz cherche un regard neuf pour redynamiser l'institution genevoise de lutte contre la précarité. Marie-France de Crécy, dont le studio de design excelle dans l'univers du luxe, aspire à un ancrage plus humain. «Ces ateliers ont apporté beaucoup d'énergie et d'espoir aux étudiantes et étudiants en design produit, bijou et accessoires, qui ont une conscience très marquée des enjeux environnementaux, souligne la designer. On veut servir de tremplin et offrir une visibilité à leurs idées.» Devenir une plateforme de réflexion pour favoriser la transition énergétique, c'est là l'autre vocation de l'Upcyclerie, qui a d'ailleurs invité trois labels indépendants (Apropâ, Lundi Piscine et Zoraober), tous sensibles à la question du réemploi, à partager les lieux. «Ce lieu doit servir d'incubateur de synergies, on sait

vers quoi on tend mais on ne sait pas comment on va y arriver, tout évolue de façon très organique», sourit Marie-France de Crécy.

Côté boutique, les vêtements «upcyclés» par Caritas sont le fruit d'ateliers mis sur pied par Camille Kunz au sein des espaces de formation et d'insertion professionnelle. Une façon non seulement de valoriser des matières existantes mais également des savoir-faire. «Dans notre atelier de couture, par exemple, on travaille avec Kaminan, un réfugié kurde syrien de 45 ans qui était couturier industriel dans son pays; ce projet met en valeur son parcours professionnel», se réjouit le Genevois. Premier jalon d'une réflexion plus globale, ces travaux d'*upcycling* préfigurent la transformation en profondeur souhaitée pour les diverses enseignes genevoises de Caritas qui, à terme, seront rebaptisées La Recyclerie. «On souhaite dépeussier l'image de la seconde main et mettre la création et l'esthétique au service du social, détaille le responsable de Caritas. Il s'agit donc de repenser nos boutiques pour que ces lieux deviennent encore plus colorés et, surtout, qu'ils s'ouvrent à un public plus divers, sensible aux questions environnementales.» ●

Instagram: [www.instagram.com/l\\_upcyclerie/?hl=fr](https://www.instagram.com/l_upcyclerie/?hl=fr)



#### CÔTÉ BOUTIQUE

Les vêtements «upcyclés» par Caritas sont le fruit d'ateliers mis sur pied au sein des espaces de formation et d'insertion professionnelle.



«Dans quelques années, on n'emploiera plus le terme de déchet, on parlera de matière première» Marie-France de Crécy, Upcyclerie

### L'entrepreneuse alliée à Caritas

Marie-France de Crécy, Camille Kunz, Upcyclerie (GE)

Leurs idées swingent et se répondent. Dans l'arrière-cour de la boutique de l'Upcyclerie, espace fraîchement inauguré par Caritas et le studio de design Wondervision dans un quartier branché de Genève, Camille Kunz et Marie-France de Crécy sont portés par l'énergie de ces personnes dont la vision les déborde, par l'urgence de communiquer au monde leur conception d'un design plus social, plus solidaire, plus durable. L'Upcyclerie, c'est d'abord une boutique où tout est issu du réemploi de matériaux existants, tant les vêtements et objets destinés à la

vente que les structures et étagères permettant de les exposer. «Tout est parti de cette question de savoir comment revaloriser des objets destinés à finir dans des bennes pour leur redonner une valeur commerciale, détaille Camille Kunz, immédiatement appuyé par Marie-France de Crécy. Les matériaux usagés sont en train de devenir une ressource, dans quelques années, on n'emploiera plus le terme de déchet, on parlera de matière première.» Décisive, leur rencontre a eu lieu il y a un peu moins de deux ans. Alors que Camille Kunz, directeur de l'espace de formation et d'insertion professionnelle (EsFor) et du réseau vente de Caritas Genève, constate une difficulté croissante à vendre en l'état le matériel collecté par l'institution sociale, il approche la Haute Ecole d'art de Genève (HEAD) pour mettre sur pied des ateliers.