FAIR'ACT
POUR UNE MODE RESPONSABLE

Rapport d'activité 2019

Avril 2020

Sommaire

Des actes pour une mode responsable	3
L'association, son logo, ses valeurs	4
Partenaires et soutiens	6
Plateforme	7
Sensibilisation	8
Finances	10
Perspectives	13
Hiérarchie des besoins	14

Des actes pour une mode responsable

Vêtement. n.m. • de vêtir, d'après le latin *vestimentum* • Qui couvre, pare, protège le corps.

Cette définition du dictionnaire « Le Petit Robert » paraît presque simpliste, pas vrai ? Parce que quand on y réfléchit, quel autre produit remplit autant de rôles essentiels ? Ces simples pièces d'étoffe nous mettent à l'abri des regards indiscrets et nous permettent de dissimuler certaines parties de nous. Elles nous mettent en valeur pour les grandes occasions et nous réconfortent dans certaines situations. Elles nous protègent des intempéries et des attaques que sont pour notre peau le soleil, la pluie, le vent, les moustiques, la neige, le sable…

Alors non, les vêtements, les habits, les fringues, les fripes : tout ça n'est pas futile ni sans intérêt. Les vêtements sont extraordinaires. Ils sont extraordinaires pour les personnes qui les portent, parfois sans y prêter vraiment attention. Et aussi pour leur concepteur-trice, designer, artisan-e, producteur-trice, revendeur-se. Car avant qu'on se retrouve dans une cabine d'essayage, le vêtement qu'on vient d'enfiler aura déjà vécu une longue vie et fait traverser de nombreuses épreuves à son designer et à toutes les mains dans lesquelles il sera passé. Et la vie de ce vêtement sera sensiblement différente s'il a été conçu dans une optique de profit, en série, ou s'il était perçu avant même sa naissance comme un objet de grande valeur. Et c'est là qu'entrent en jeu toutes les personnes qui sont et font la mode responsable. Car ensemble, à force de persévérance, de détermination et de patience, nous pouvons rappeler que chaque vêtement a une histoire et que nos décisions laissent des traces.

Et c'est justement notre mission. On rencontre tout au long de l'année en Suisse romande, et parfois même au-delà, des personnes déterminées et enthousiasmantes qui pensent que pour changer le monde, on pourrait commencer par remettre en question notre manière de changer de t-shirt. On s'engage donc pour que les consommateurs soient mieux informés et qu'ils prennent le temps de réfléchir à des alternatives. Avec FAIR'ACT, on espère éveiller les consciences mais surtout inspirer des actes pour une mode plus responsable.

L'association, son logo, ses valeurs

L'association et son rayonnement

Indépendante et sans but lucratif, l'association FAIR'ACT a son siège social à Lausanne. Le comité est composé de:

Fanny Dumas
Co-fondatrice, présidente
Fribourg

Intéressée par les alternatives locales, je me réjouis de découvrir et de faire découvrir des solutions qui permettent d'alléger notre empreinte. Je suis persuadée que les personnes convaincues et bien renseignées sont les plus convaincantes.

Gaëtan Buser
Co-fondateur, médias & partenaires
Lausanne

Amoureux de la nature et des sports, je suis passionné par le monde des start-up et de l'innovation. Motivé par le défi que représente le développement durable dans notre société, je conjugue mon parcours professionnel et mes passions.

Mathieu Voisard
Co-fondateur, web & graphisme
Vevey

Passionné par le monde du vélo et du numérique, papa de deux enfants, je suis sans cesse à la recherche d'un mode de vie plus durable afin de leur garantir un avenir meilleur.

Claude Mudry
Trésorier
Nods

Longtemps, j'ai eu les mains dans la terre à cultiver des légumes livrés dans des cornets hebdomadaires d'une coopérative. Une fois le nez levé, j'ai trouvé du sens dans les fringues qui vivent et doivent faire vivre. Un monde du moins mais mieux est une évidence.

Et il est épaulé par de superbes personnes, grâce à qui FAIR'ACT peut rayonner en Suisse romande:

Anne-Sophie Blitz
Sion

Florine Jacques
Lausanne

Magali Delafontaine
Vevey

Son logo

Rond d'abord, comme la terre. Puis une empreinte, pour symboliser notre impact, la trace qu'on laisse sur la planète. Mais aussi le geste des artisan-e-s, des couturier-ère-s, des travailleur-se-s, symbolisé par la peau. La peau qui subit les dégâts des produits chimiques toxiques, mais aussi sur laquelle on met nos vêtements.

Une empreinte, c'est aussi une marque unique comme notre personnalité, notre look.

Finalement, cette empreinte représente aussi des ramifications, autant de liens qu'on veut créer entre les citoyens et les marques responsables.

Ses valeurs

Transparence

Cohérence

Ethique

Traçabilité

L'industrie de l'habillement et des textiles émet une quantité effrayante de gaz à effet de serre:

1,7 milliard de tonnes de CO2 par an !*

*selon le rapport Pulse of the Fashion Industry 2017 de Global Fashion Agenda

Partenaires et soutiens

Si FAIR'ACT existe encore après trois ans, c'est grâce aux créateur-trice-s innovants, aux boutiques engagées, aux couturier-ère-s déterminés, à tous les acteurs qui sont conscients de leurs responsabilités et à ces personnes qui nous font confiance :

Partenaires

WWF Suisse

Membres pro

DoubleYou Couture, Chavannes-près-Renens
Le Laboratoire, Lausanne
Boutique Zig-Zag, Payerne
Boutique Zig-Zag, Bulle
Boutique Zig-Zag, Fribourg
Boutique Likido, Marly
So Design, Lonay

Membres privés

Nadine Jaccard
Claude Mudry
Martine Kübler
Martine Gallaz
Stéphanie Klaus
Marc Münster
Odile Simon Bettler
Virginia De Marco
Elsa Hoessli
Laura Iffland
Natacha Viola
Carla Trampe Martinez
Andres Jimenez Zorrilla

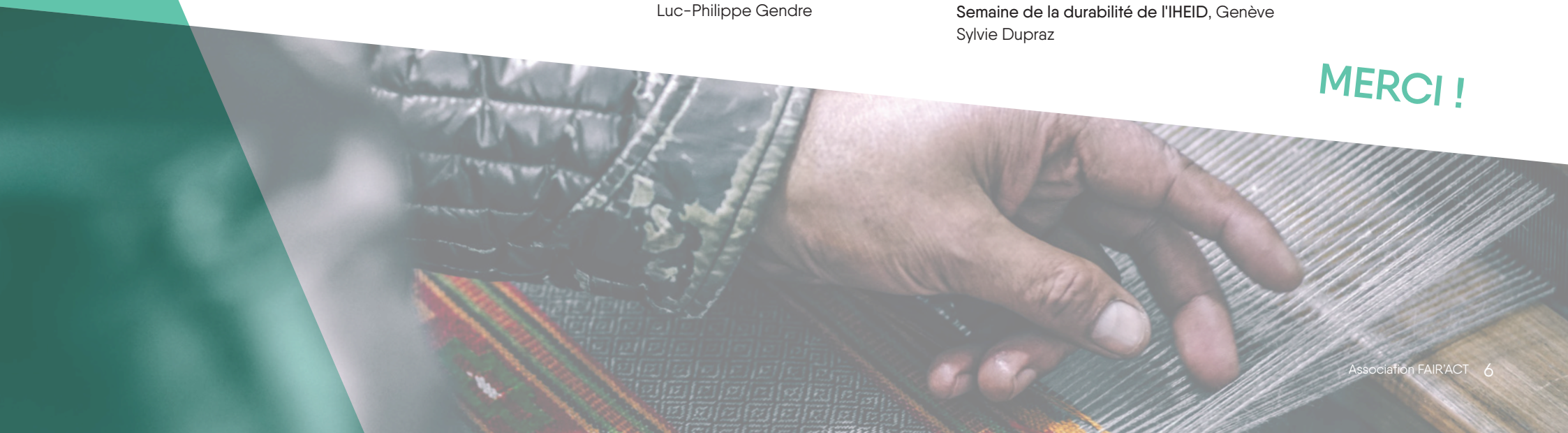
Membres d'honneur

Isa Boucharlat
Luc-Philippe Gendre

Donateurs

Bourse d'habits pour enfants/ action paysage, Bienne
Boutique ECOpoint, Delémont
Boutique Nouveau Regard, Orbe
Boutique fringantes, Genève
Atelier NM, Martigny
Atelier Sonia t., Lausanne
16art / Fondation chez Paou, Uvrier
Boutique Butterfly, Verbier
Les Mondes du Rêve, Vétroz
Alkena, Lausanne
Un point c'est chou, Viques
Where Is Marlo, Sion
Boutique NaturPur, Fribourg
Ayni pour une mode Equitable, Genève
Café des Patronnes, Lausanne
Bibou'tic, Ursy
Semaine de la durabilité de l'IHEID, Genève
Sylvie Dupraz

MERCI !



Plateforme

Prestataires

La mode responsable peut revêtir différentes formes. Elle respecte toujours les travailleurs et la nature, certes, mais elle peut également être synonyme de fabrication de proximité, d'utilisation de fibres végétales ou de matières recyclées.

Les personnes qui font et sont la mode responsable ont des profils différents : créateurs/designers de mode avec une vision écologique, acteurs engagés pour le commerce équitable, responsables de boutiques de vêtements de seconde main, de location ou qui offrent des marques éthiques.

Il nous tient à cœur de mettre tous ces acteurs en lien avec les citoyens attentifs à leur manière de consommer la mode. Une charte disponible en ligne fixe ce cadre et nous permet de collaborer de manière transparente autant avec les professionnels de la mode qu'avec les consommateurs curieux, attentifs et déterminés dans leur quête de solutions responsables.

Cette mise en réseau se fait sur la toile, mais aussi grâce aux échanges qu'on a avec les prestataires eux-mêmes et le grand public. Le lien humain est plus que jamais primordial et il vient nous rappeler qu'il faut viser la qualité plutôt que la quantité.

Site internet

Avec ses deux axes - sensibilisation et solutions – la plateforme web traite l'entier du cycle de vie d'un vêtement : fabrication, distribution, utilisation et fin de vie. Trouver le juste équilibre entre une information succincte mais complète, vulgarisée mais correcte, factuelle mais positive est un défi permanent. En matière de consommation raisonnable, notre approche encourage trois actes pour une mode responsable :

Acquérir autrement
Choyer ses vêtements
Transformer son vêtement de manière responsable

Le site web rappelle l'importance d'acheter moins tout en mettant en avant les arcades responsables à travers la Suisse romande. On y retrouve des conseils pour entretenir son linge de sorte que les vêtements restent en bon état le plus longtemps possible. Des idées pour donner une belle mort à son vêtement en toute fin de vie sont aussi évoquées. Au travers de la section "Et pourquoi ça ?", nous expliquons l'empreinte de nos vêtements sur l'homme et sur la planète. Cette information est construite en collaboration avec des organismes et des spécialistes actifs dans le domaine ; FAIR'ACT se charge de collecter, synthétiser et vulgariser les données pour les rendre accessibles.

En 2019, nous totalisons plus de 38'000 pages visitées (30'000 en 2018) pour 15'000 utilisateurs (12'000 en 2018). Les rubriques qui se partagent le podium sont celles liées au cycle de vie d'un t-shirt, aux marques et aux bonnes adresses et finalement aux idées pour transformer son vêtement en fin de vie.

Facebook

Notre présence sur les réseaux sociaux permet de sentir le pouls de la communauté, de garder le lien, d'échanger et d'informer de manière légère et parfois décalée sur les impacts de la fast fashion.

Les 2'400 abonné-e-s à la page Facebook (2'100 en 2018) bénéficient de news et astuces sur le vaste thème de la mode durable. Les retours que nous recevons sont nombreux et nous confortent dans notre idée : c'est le partage qui crée la richesse.

Facebook nous permet aussi de relayer des manifestations éphémères qui trouvent difficilement leur place sur notre site web. 222 événements organisés en Suisse romande ont été partagés (190 en 2018) : vide-dressing, trocs, apéros-tricot, cours de couture, conférences, grèves pour le climat, etc. Autant de preuves que la Suisse romande bouge pour une mode responsable.

Newsletter

Quatre fois par année, une newsletter est envoyée à près de 1'200 personnes inscrites.

Notre communauté est bien informée des enjeux généraux de l'industrie textile et souhaite en apprendre plus. Le format de ces bulletins d'information, qui deviennent parfois des billets d'humeur, permet d'approfondir des thèmes spécifiques tout en donnant des nouvelles de notre association pour garder le lien avec notre communauté. En 2019, nous avons fait le point sur les microfibres dans le Léman, sur le mouvement mondial Fashion Revolution, sur la nécessité de consommer moins et sur la dernière blague d'un géant du textile épinglé par Public Eye.

Sensibilisation

FAIR'ACT n'est pas seulement une plateforme web ; nous tenons aussi à aller à la rencontre des acteurs et des citoyens engagés ou qui souhaitent le devenir. En 2019, nous avons dû décliner plusieurs invitations par manque de ressources, mais nous avons tout de même été sur le terrain :

Événements et stands

- Discussion dans le cadre du Festival du Film Vert, après la projection du documentaire « Vert de rage – Indonésie, le fleuve victime de la mode », le 16 mars 2019 à Rue/FR ainsi que le 30 mars 2019 à Rolle
- Présentation de pistes pour une mode responsable, après la projection du même documentaire, pour les élèves du Collège St-Michel, le 12 avril 2019 à Fribourg
- Participation à la « Share & Grow night: Afterwork sur la consommation durable », organisée par Impact Hub Lausanne le 13 juin 2019

Conférences et tables rondes

- Participation à la table ronde « Mode durable », organisée par The Green Drop dans le cadre du festival The Green Wave, le 14 avril 2019 à Fribourg
- Participation à la table ronde sur le thème « Entre responsabilité individuelle et collective : quel rôle pour l'Etat dans la crise climatique ? », organisée par l'Espace culturel Nuithonie, en collaboration avec l'association The Green Drop, le 5 octobre 2019 à Villars-sur-Glâne

Shopping Tour responsable

Ces sorties permettent de faire découvrir des adresses cachées, de (faire) comprendre la valeur qu'ont les vêtements pour les propriétaires des boutiques, d'échanger avec les professionnels sur leurs motivations et sur les enjeux à proposer des articles respectueux de l'homme et de son environnement. C'est aussi pour nous l'occasion d'échanger avec des consommateurs qui souhaitent adapter leurs habitudes.

Le 30 novembre 2019, nous avons été mandatés pour l'organisation de deux Shopping Tour à Lausanne, dans le cadre d'une journée dédiée à la mode éco-responsable organisée par COSEDEC et la FRC. L'intérêt était tel que nous en avons finalement organisé trois sur un seul après-midi.

Témoignages

Les personnes convaincues et bien informées sont les plus convaincantes. C'est aussi scientifiquement prouvé : le geste des uns incite les autres à l'action ! C'est pour cela que nous aimons beaucoup faire témoigner les citoyens sur leurs actes pour une mode responsable, qu'ils soient symboliques ou radicaux. En 2019, nous avons recueilli les témoignages de personnes aux profils très différents :

- Sébastien Noverraz, Fribourg : « S'habiller de façon éthique en étant végane n'est pas si compliqué »
- Jeanne von Segesser, Genève « Fashion Revolution, FAIR'ACT, même combat ! »
- Manuel Guzman Quiroa, Genève « Essayer d'être conséquent dans sa façon de vivre, y compris avec les vêtements »
- Solange Breton, Château-d'Oex : « Faire ses habits ou en offrir, cette fierté que l'on n'a pas en faisant du shopping »

Revue de presse

Les médias sont enthousiastes par rapport à la consommation responsable en matière de vêtements. En 2019, nous avons été en contact avec de nombreux-ses journalistes, notamment pour les aiguiller dans la préparation de sujets sur la fast-fashion, sur des consommateur-trice-s responsables, sur des astuces pour entretenir le linge ou encore pour le numéro spécial de La Revue Durable, à paraître au printemps 2020.

Quelques sujets à lire, voir et écouter sous www.fairact.org/medias:

Ethique, durable, responsable : le nouveau look de la mode
RTS la 1ère 6h-9h, 19 janvier 2019

La fast-fashion, une consommation effrénée de vêtements
RTS 19h30, 22 juillet 2019

Vêtements : que choisir pour la planète ?
RTS la 1ère On en parle, 10 novembre 2019

Finances

Indépendante, FAIR'ACT fonctionne grâce à ses partenaires, soigneusement choisis pour leurs valeurs. Les réflexions sur notre autonomie financière – dans une optique de créer des conditions adaptées et viables à moyen terme – nous ont beaucoup occupés en 2019. Au premier trimestre, nous avons remarqué que notre stratégie de financement ne fonctionnait pas comme attendu et avons directement renoncé à plusieurs actions de communication qu'on se réjouissait de mettre sur pied. Nous avons fait appel à un consultant en stratégie et création d'entreprise pour nous épauler dans cette réflexion. Même s'il a rapidement conclu que les possibilités étaient faibles, nous sommes repartis avec plusieurs pistes… Qui ne nous ont pas vraiment convenu ! Nous avons donc décidé d'essayer quelque temps encore de faire fonctionner notre réseau. Carpe diem !

Au début de l'été, nous avons quand même reçu une bonne nouvelle : nos activités ont été reconnues d'utilité publique ! Cette reconnaissance de grande valeur, nous pouvons la partager avec les personnes et organisations qui nous soutiennent puisque, désormais, les contributions que nous recevons sont déductibles d'impôts. A la fin de l'été, nous avons commencé à rechercher des membres. Malgré l'envoi tardif, une vingtaine de personnes ont répondu : FAIR'ACT compte désormais des membres individuels et même des membres pro ! (Voir page 6)

Dans le sillage d'autres associations très sollicitées, nous avons décidé de demander une contribution en faveur de l'association lors de nos interventions (table ronde, présentation et animation en tout genre). Nous aurions dû aborder la question plus tôt car toutes les organisations ont accepté le principe.

Cette année et les suivantes, il s'agira de trouver un équilibre entre la situation fragile des commerçants, les attentes des prestataires et des consommateurs et notre volonté de mettre mieux en lumière toutes les personnes qui font et sont la mode responsable. Mais en redoublant d'énergie et de créativité, nous pourrons peut-être trouver un modèle dans lequel nous pourrons compter les uns sur les autres. Qui sait ?

Bilan au 31.12.2019

Actif	(CHF)	Passif	(CHF)
Liquidités		**Fonds étrangers**	
Banque alternative	8'401.01	Créanciers	1'200.00
		Interne à rembourser	203.20
		Provisions	
		Provisions pour événement futurs	4'000.00
		Fonds propres	
		Capital	2'997.81
Total	**8'401.01**	**Total**	**8'401.01**

Pertes et profits 01.01.2019 - 31-12.2019

Charges d'exploitation

	(CHF) Comptes 2019	(CHF) Budget 2019
Communication		
Stands / Conférences	0.00	200.00
Partenariats / Sponsors	0.00	1'000.00
Prestataires		
Projet carte papier	0.00	2'000.00
Frais de déplacement	0.00	300.00
Flyers / Brochures	0.00	500.00
Administratif		
Frais bancaires	49.05	50.00
Flyers / Brochures	0.00	500.00
Papier / Encre	0.00	20.00
Frais postaux	234.50	200.00
Frais de comité, réunions	223.20	100.00
Frais de représentation	0.00	300.00
Assemblée générale	0.00	500.00
Frais de déplacement	16.20	300.00
Défraiement		
Comité	3'600.00	3'600.00
Comptabilité	500.00	500.00
Site web		
Hébergement	0.00	920.00
Noms de domaine	113.85	80.00
Résultat (bénéfice)	3'516.03	3430.00
Total	**8'252.83**	**11'500.00**

Produits d'exploitation

	(CHF) Comptes 2019	(CHF) Budget 2019
Cotisation/dons		
Prestataires et marques	1'170.00	3'000.00
Membres pro	1'400.00	0.00
Membres individuels	1'146.10	2'000.00
Dons	136.73	0.00
Partenariat / mécénat		
Partenaires	3'000.00	6'000.00
Divers		
Interventions / Conférences	1'400.00	500.00
Total	**8'252.83**	**11'500.00**

Sur le fil (bis)

L'exercice ~~2018~~ 2019 nous a permis de faire deux constats essentiels : d'une part, la pérennité de FAIR'ACT n'est pas assurée si nous ne pouvons tendre vers une professionnalisation partielle et, d'autre part, lever des fonds pour inciter les gens à consommer moins est un défi de taille.

Maintenir les contacts avec les prestataires est autant essentiel qu'énergivore. Nous espérons ainsi pouvoir, ~~en 2020 au plus tard~~ en 2021, confier certaines tâches à une personne rémunérée par l'association, qui assurerait le suivi général des prestataires et veillerait à une tenue rigoureuse de l'administratif, ce qui nous permettra de continuer le développement de l'association. Nos échanges avec les professionnels de la mode nous confirment qu'ils ont de nombreux besoins pour lesquels FAIR'ACT a toutes les compétences.

Budget 2020

Charges d'exploitation

	(CHF)
Communication	
Stands / conférences	300.00
Partenariats / sponsors	0.00
Cartes de visite	0.00
Evénement	
Campagne de com.	1'000.00
Prestataires	
Projet carte papier	0.00
Frais de déplacement	100.00
Flyers / brochures	400.00
Administratif	
Frais bancaires	50.00
Flyers / brochures	500.00
Papier / encre	0.00
Frais postaux	250.00
Frais de comité, réunions	250.00
Frais de représentation	200.00
Assemblée générale	500.00
Frais de déplacement	300.00
Défraiement pers. assoc.	
Défraiement Comité	3'600.00
Défraiement Comptabilité	500.00
Site web	
Hébergement	250.00
Noms de domaine	150.00
Provisions et réserves	0.00
Résultat d'exploitation	950.00
Total	**9'300.00**

Produits d'exploitation

	(CHF)
Cotisation/dons	
Prestataires et marques	1'500.00
Membres pro	1'400.00
Membres individuels	2'000.00
Dons	0
Partenariat / mécénat	
Partenaires	3'000.00
Fonds publics	0.00
Fondations	0.00
Divers	
Interventions / conférence	1'400.00
Total	**9'300.00**

Perspectives

A l'heure de boucler la rédaction de ce rapport annuel, nous sommes en pleine pandémie du COVID-19. Cette crise sanitaire aura des impacts que l'on a de la peine à imaginer aujourd'hui. C'est bien sagement depuis chez nous qu'on observe l'évolution de la situation. On a évidemment une grande pensée pour tous nos prestataires, qui ont dû se résoudre à fermer temporairement boutique. On espère sincèrement qu'ils pourront tous rouvrir une fois la vague passée. Mais beaucoup ont déjà lancé un cri d'alerte :« une fois la crise passée, il faudra penser à nous pour qu'on puisse survivre ». Plusieurs magasins proposent désormais des bons d'achats à faire valoir dès que les choses seront rentrées dans l'ordre, et certains ont mis sur pied des e-shop en catastrophe, histoire de recevoir quelques précieux francs pour couvrir les frais fixes. Aujourd'hui, personne n'a baissé les bras !

Du côté des marques aussi, la situation est critique. D'un côté, les commandes en cours de production ne pourront probablement pas être livrées à temps, avec les impacts qu'on connaît sur leurs finances … De l'autre côté, les marques responsables sont très conscientes des impacts que pourrait avoir une annulation de commande ou un report de paiement sur les travailleur-se-s. Elles prennent la mesure de leur responsabilité et mettent tout en œuvre pour éviter l'effet domino, en Suisse et à l'étranger : annulation des commandes à l'étranger -> plus de livraisons en Suisse -> plus de vente en Suisse -> plus de paiements des commandes à l'étranger -> licenciements de personnel en Suisse et à l'étranger. Et les marques aussi lancent un appel pressant aux consommateurs et consommatrices : l'achat de vêtements n'est pas une priorité en ce moment. Pourtant, aujourd'hui ou demain, il faudra choisir en toute conscience les produits qu'on achètera, y compris au niveau des vêtements. Choisir un t-shirt plutôt qu'un autre peut changer le cours de la vie de nombreuses personnes.

Et les signes de la catastrophe sont déjà là, malheureusement : enquêteurs, syndicats et organisations internationales alertent sur les conditions de certains ouvrier-ère-s contraints de travailler sans qu'aucune mesure pour leur protection ne soit prise. Les pratiques des multinationales sont aussi alarmantes, puisque certaines annulent des commandes ou refusent d'honorer le paiement de commandes en cours de production. Ce sont donc à nouveau les plus défavorisés qui paient le prix fort : beaucoup d'ouvrier-ère-s de l'industrie textile vivent depuis des années dans des situations très précaires et n'ont évidemment pas pu faire d'économies pour les coups durs, ce qui menace directement leur survie. Avec la fermeture de nombreuses usines, des centaines de milliers de personnes ont été renvoyées à la maison, sans salaire ni indemnité [1].

Le moment est donc venu de faire preuve de solidarité. De belles histoires sont là pour nous montrer la voie, à l'image des marques qui maintiennent leurs commandes, pour que leur producteur et tous les sous-traitants puissent continuer à verser les salaires convenus. Ou de cette autre marque qui réclamera sa marge au revendeur une fois la crise passée. Ou cette couturière qui s'est mise à la fabrication de masques de protection pour les personnes vivant en EMS. Ou cette personne qui a commandé des bons d'achat auprès de son magasin préféré pour le soutenir du mieux qu'elle peut durant cette crise.

L'année 2020 sera chamboulée pour chacun de nous, personne ne s'en sortira indemne. Tous nos plans vont tomber à l'eau. Mais qu'à cela ne tienne : nos convictions et notre énergie n'ont pas été contaminées. Alors que la crise exacerbe les inégalités sociales, en luttant pour une mode plus humaine et plus responsable, nous nous battons aussi pour une société plus juste. Vive les acteurs engagés, vive les consommateurs avertis, vive la solidarité !

[1] Plus d'informations sur le live-blog de Clean Clothes Campaign:
https://cleanclothes.org/news/2020/live-blog-on-how-the-coronavirus-influences-workers-in-supply-chains

Hiérarchie des besoins