

Emprunter ses habits et résister à la «fast fashion»

CONSOMMATION Dans la boutique de Sarah Freeman, au cœur de Sydney, on n'achète pas de vêtements neufs: on emprunte des habits d'occasion contre un abonnement mensuel

AFP

Choquée par la vitesse à laquelle ses compatriotes achetaient et jetaient, sans parfois les porter, des textiles de mauvaise qualité, Sarah Freeman a eu l'idée d'appliquer dans le monde du textile le concept du prêt pour créer une *clothes library* ou «bibliothèque de vêtements».

«Aujourd'hui, on porte ses vêtements comme des préservatifs», dénonce cette passionnée du vintage dans sa boutique de Potts Point. «On les porte une fois puis on les jette.» «Sur le papier, ce n'est pas ce à quoi les vêtements sont destinés. Mais dans les faits, ils sont aujourd'hui fabriqués de façon à tenir six lavages, ce qui est terrible, de mon point de vue», dit-elle.

Entre 2000 et 2014, la production mondiale de vêtements a doublé et le nombre de vêtements achetés chaque année par les consommateurs a augmenté de 60%, selon le cabinet McKinsey & Company.

En cause notamment, la *fast fashion*, peu chère et aux collections perpétuellement renouvelées. Son

mode de consommation implique que des vêtements présentés lors de défilés se retrouvent très rapidement sur les étals, à bas prix et facilement accessibles grâce à internet. Ce modèle a fait la fortune de marques comme H&M ou Zara.

Selon le cabinet IBISWorld, le secteur de la *fast fashion* a connu une croissance de 19,5% ces cinq dernières années en Australie. Et la demande en vêtements en Australie est *per capita* l'une des plus élevées du monde.

Désastre environnemental

Au centre de distribution de Sydney de la Société de Saint-Vincent-de-Paul, une organisation de bienfaisance qui recycle notamment les vêtements, on dit avoir constaté une baisse de la qualité des textiles. «Certains produits ne tiennent que deux ou trois lavages», déplore le directeur, George Blakely. «Mais les arrivages augmentent en volume parce que les gens se séparent plus vite de leurs habits.»

La frénésie consumériste qu'encourage la *fast fashion* interroge, d'un point de vue sociologique et psychologique, sur les motivations d'une société insatiable. Elle favorise le travail dans des ateliers à bas coûts aux conditions souvent déplorables et génère un désastre environnemental en raison des quantités de déchets produits. ■

MAIS ENCORE

Siroop aura coûté 140 millions

Coop et Swisscom auront au total perdu 140 millions de francs dans la plateforme de vente en ligne Siroop.ch, affirme ce jeudi, dans la «Handelszeitung», Hansueli Loosli, qui préside les deux entreprises. Le site Siroop.ch avait été arrêté en avril dernier. «C'est l'innovation: on a investi et remarqué que ça ne fonctionnait pas», conclut Hansueli Loosli. LT

La Suisse aura sa deuxième Journée du digital

INNOVATION Satisfaite de la première édition l'an dernier, la plateforme Digitaliswitzerland organise une nouvelle manifestation le 25 octobre prochain pour sensibiliser la population à la transition numérique

MATHILDE FARINE, ZÜRICH
@MathildeFarine

Prendre le virage de la numérisation, c'est bien. S'assurer que la population soit aussi embarquée, c'est mieux. Digitaliswitzerland va ainsi organiser une deuxième Journée du digital. Après une édition jugée réussie l'an dernier, qui a pu toucher «plus de deux millions de personnes», la prochaine aura lieu le 25 octobre prochain, a annoncé Marc Walder, l'initiateur de l'association Digitaliswitzerland, mercredi devant la presse à Zurich.

Celui qui est aussi directeur général de Ringier (copropriétaire du *Temps*) était accompagné d'Andreas Meyer, directeur des CFF. Pourquoi reconduire l'expérience? Entre autres parce que les paroles de l'ex-responsable de l'innovation en Estonie, pays à la pointe de la numérisation, résonnent encore: «En Suisse, il y a encore des discussions sur des choses qui se font depuis vingt ans déjà dans les pays nordiques», avait expliqué en novembre 2017 Taavi Kotka à Marc Walder, ajoutant que la tâche serait d'autant plus

difficile qu'il n'y a pas de sentiment d'urgence en Suisse.

En outre, si le pays apparaît en tête de nombreux classements sur la compétitivité ou l'innovation, certaines statistiques montrent une autre réalité. En termes de diplômés en sciences, de participation des femmes, de cadre réglementaires ou d'«e-participation», la Suisse est parfois nettement moins bien classée.

A Yverdon, Kudelski installera un mur affichant les 20 mots de passe les plus utilisés afin de sensibiliser les gens à la nécessité de protéger efficacement leurs comptes en ligne

La deuxième Journée du numérique veut ainsi rayonner encore davantage que l'an dernier pour rendre cette transition numérique «tangible» pour la population. La numérisation est une «chance», même s'il ne faut pas occulter les défis, a encore ajouté Marc Walder.

Des manifestations se tiendront dans une douzaine de villes, soit deux fois plus que l'an dernier. La Suisse romande sera plus largement couverte: la gare Cornavin à Genève restera le site principal, auquel s'ajouteront Lausanne, Yverdon, Fribourg et Sion, autour de thèmes variés.

Fribourg, par exemple, se consacrera à la formation. Yverdon se focalisera sur la cybersécurité. Kudelski installera un mur affichant les 20 mots de passe les plus utilisés afin de sensibiliser les gens à la nécessité de protéger efficacement leurs comptes en ligne. Alors que les risques ne sont pas toujours pris en compte, «il est important de mettre l'accent sur cette cyberhygiène», a souligné Sébastien Kulling, responsable de Digitaliswitzerland pour la Suisse romande.

Trois conseillers fédéraux présents

Quelque 70 partenaires (grandes entreprises, hautes écoles, cantons, etc.) proposeront des démonstrations, discussions ou débats, contre 45 l'an dernier. En outre, trois conseillers fédéraux – Alain Berset, Johann Schneider-Ammann et Ignazio Cassis – seront présents. Au total, près d'une centaine de personnes sont impliquées dans l'organisation de cette journée. Digitaliswitzerland ne donne en revanche pas d'informations sur le budget nécessaire à la tenue de cette journée. ■

PUBLIREPORTAGE

Au bout du compte, c'est le consommateur qui décide

Alors que les teneurs en sucre et en graisses des denrées alimentaires sont de plus en plus scrutées, les producteurs suisses adaptent leurs produits. Avec plus ou moins de succès sur les marchés.

Johannes J. Schraner

Combien de sucre et de lipides les denrées alimentaires et les boissons peuvent-elles contenir sans causer de risques de surpoids? Le débat sur le sujet et les réponses s'avèrent très différenciés en Europe. Pour combattre l'obésité, la Grande-Bretagne et l'Irlande ont, par exemple, introduit en avril un impôt sur les boissons sans alcool additionnées de sucre. A Seinäjoki, dans l'ouest de la Finlande, une garderie a pris en 2013 déjà des mesures draconiennes: le sel et le sucre sont complètement prohibés; le gâteau est strictement banni, même des fêtes d'anniversaire.

Comment les producteurs suisses de marques réagissent-ils à cette tendance? En innovant et en se différenciant, certes, mais aussi avec un brin de nervosité. C'est ce qu'a montré un sondage autour des marques Nestlé, Emmi et Rivella. A ce jour, c'est surtout la teneur en sucre qui fait débat. Selon sa porte-parole Inge Gratzler, Nestlé Waters

salue le fait que, dans le cadre du débat sur la santé publique, on tienne mieux compte d'une désaltération saine. «Dans un contexte de surcharge pondérale en augmentation dans le monde entier, nous sommes absolument convaincus que l'eau – en bouteille ou du robinet – devrait être le premier choix pour l'hydratation quotidienne, car elle ne fournit pas de calories à l'organisme.» Tandis que le portefeuille global de produits de Nestlé Waters est fait pour l'essentiel d'eau pure, le géant de l'alimentaire propose également des boissons sucrées en guise de denrées d'agrément à consommer occasionnellement.

Le produit doit avoir du goût

Nestlé est cependant décidé à prendre des mesures pour offrir au consommateur des boissons plus goûteuses et plus saines. «A cette fin, nous abaissons sans discontinuer la teneur en sucre de nos boissons, conformément aux recommandations de l'Organisation mondiale de la santé», assure la porte-parole (voir encadré).

«Nous remarquons certes un grand intérêt pour ce sujet, mais constatons simultanément que les produits à teneur en sucre très réduite ne suscitent hélas qu'une demande modeste», complète Sibylle Umiker, porte-parole d'Emmi. Au bout du compte, c'est le consommateur qui décide. Et l'on voit, ma foi, que le produit doit avant tout plaire au consommateur, sans quoi il cherche des alternatives, y compris moins saines.

On a ainsi les deux tendances de fond qui alimentent le débat: la tendance générale va vers une réduction de sucre et de graisses, mais, finalement, le consommateur décide de ce qu'il veut boire et manger. «Nous entendons apporter notre pierre à l'édifice par des mesures ciblées», affirme Erland Brügger, responsable chez Rivella de l'adaptation des formules et des nouveaux produits à teneur énergétique plus faible. En font partie une offre

d'alternatives plus pauvres en calories et de portionnements plus réduits, une communication transparente des ingrédients, une attitude responsable et la promotion du sport et du mouvement.

C'est ainsi qu'en mars le producteur suisse de boissons a lancé Rivella Refresh, une version allégée du Rivella rouge original, avec 40% de sucre en moins. «Ce nouveau produit a été très bien accueilli par la distribution et les premiers résultats nous rendent confiants.» Les chiffres de Nestlé Suisse montrent pour leur part que les fabricants de marques prennent le sujet au sérieux. En 2017, le groupe dit avoir éliminé un total de 111 tonnes de sucre ajouté de ses produits. Entre 2017 et 2020, il entend en réduire encore la teneur de 5%, signale la porte-parole Inge Gratzler. Outre les yogourts Hirz et LC1, ce programme de renouvellement concerne par exemple le chocolat au lait Cailler et la crème Stalden. Dans les nombreuses céréales de petit-déjeuner, le sucre ajouté doit également diminuer de 5% d'ici à la fin de l'année.

Un défi complexe

Depuis l'automne dernier, Emmi a mis à son tour sur le marché deux yogourts protéinés à sucre réduit. Depuis peu, en plus, divers snacks au yoghourt pauvres en sucre sont en vente et deux nouvelles variétés de mini-drinks devraient suivre sous peu. «Les maladies causées par l'alimentation sont un sujet complexe avec beaucoup de facteurs d'influence», fait remarquer Sibylle Umiker, chez Emmi. Les combattre, dit-elle, représente une responsabilité commune des producteurs, des consommateurs et de l'Etat.

Reste qu'un impôt sur le sucre ne contribue pas à sensibiliser les consommateurs à une alimentation responsable. D'ailleurs, l'efficacité à long terme d'une telle mesure n'est pas établie. De son côté, Inge Gratzler, de Nestlé, fait remarquer que la mise en place d'un impôt n'est qu'un instrument parmi

beaucoup d'autres. «Un défi de santé publique aussi complexe exige une vue d'ensemble exhaustive. Nous sommes ouverts au dialogue avec les principaux milieux impliqués. A l'évidence, le surpoids et l'obésité doivent être combattus par une approche politico-sociale globale», ajoute le cadre de Rivella, Erland Brügger. Il faut clairement éviter les mesures de type arrosoir.

Autorégulation

Transparence et responsabilité

Organisation mondiale de la santé

Afin de réduire le risque d'une prise de poids malsaine et de caries, l'OMS recommande de réduire l'absorption de sucres libres au-dessous de 10% en énergie. Cela équivaut à un maximum de 50 grammes de sucre (10 cuillères à café) par jour. En outre, depuis novembre 2017, l'OMS juge adéquate une réduction à moins de 5% en énergie (5 cuillères à café de sucre par jour pour les adultes).

Position de l'industrie

Il y a un an, la Fédération des industries alimentaires suisses (FIAL) a publié une prise de position à propos du sucre. «Les producteurs assument leur responsabilité en déclarant les ingrédients, les valeurs nutritionnelles ainsi que la teneur en sucre des produits; ils réduisent cette dernière dans la mesure du possible et de l'acceptation des consommateurs.» Les adultes sont priés d'assumer leur responsabilité. De son côté, l'Etat a pour tâche de créer les conditions-cadres propres à encourager les mesures de prévention à tous les niveaux. Les interdictions et les limites supérieures maximales instaurées par l'Etat pour les nutriments, de même que leur taxation, ne sont pas des mesures appropriées.