

# La Libre INSPIRe

Retrouvez ces reportages  
et les témoignages vidéo sur [lalibre.be](http://lalibre.be)  
et notre page Facebook



## Mode circulaire

- The Fabric Sales est une immense bibliothèque des tissus de créateurs remis à la vente.
- Allyson MacGreal a relié le monde de la mode et l'économie circulaire.
- À l'approche de la Fashion Week à Paris, démo d'une démarche qui répond à un besoin de retour aux sources.

# La mode, affaire éthique

Rencontre Aurore Vaucelle

Il y a des histoires comme ça qui s'apparentent à des combats, et l'histoire qu'on va vous raconter a tout à voir avec l'esprit du combat. Allison MacGreal est l'actuelle directrice de l'entreprise belge The Fabric Sales, située à Rotselaer, non loin de Leuven. Elle est irlandaise, et le truc d'Allison, c'est l'adversité. Ou, plutôt, c'est dans l'adversité qu'elle révèle un talent personnel et qu'elle déplace, entre parenthèses, des montagnes – aussi. Avec The Fabric Sales, elle modifie – ni plus ni moins – notre rapport – bien ancré – à la mode et aux vêtements.

Jusqu'à-là, on avait l'impression que ces derniers nous arrivaient tout cuits dans les armoires, avant de sauter sur nous le matin quand on s'habillait. On sentait qu'on ne maîtrisait ni la filière de fabrication du vêtement ni l'aspect créatif. Et lutter, en tant que consommateur, contre l'industrialisation à grande échelle de ce business était ardu, l'étiquette coton bio ne suffisait pas à nous rassurer. Bref, il était complexe de savoir ce qu'on consommait question mode. Et on ne parle pas d'il y a 100 ans, mais de la décennie passée.

À travers son initiative, Allison MacGreal propose un changement de paradigme en matière de consommation de la mode. Le vêtement change de camp: il s'introduit dans l'économie circulaire, et, cependant, il demeure sexy et n'est pas délié de sa dimension de création. Malin, il intègre une économie de la récup qui a changé d'image. C'est l'histoire de The Fabric Sales, qui a commencé il y a déjà près de dix ans, en 2012.

### Le projet de la survie

Quand on parle de combat, cela commence très précocement, au moment où ses parents lui demandent gentiment de ne pas faire d'études à tendance créative, merci! Droit, pourquoi pas, à la rigueur commerce. Elle écoute poliment, fait des études d'ingénierie commerciale en Angleterre, et revient avec tout cela, en Belgique. Elle fait du graphisme et du branding pour les marques, de mode mais pas que. Elle gonfle son carnet d'adresses, et, à la fois, est toujours ternaillée par l'idée de créer.

Mais c'est une situation extrême, "un crédit à payer, plus de boulot, la banque sur le dos", qui l'amène à se projeter dans ce en quoi elle croit profondément. Elle récupère chez son beau-frère, accessoirement grand fabricant de vêtements haut de gamme en Belgique – Gysemans Clothing Group –, les tissus inexploités

pour les vendre au mètre aux couturières de la localité – on est, rappelons-le, dans la zone industrielle de Rotselaer. "Notez que je n'y connaissais rien, mais il y avait chez lui ces stocks de tissus magnifiques. Il fallait en faire quelque chose, alors je me suis lancée. Dans 60 mètres carrés, avec une paire de ciseaux et une sacoche, car pas les moyens de me payer un Bancontact." "Je conseillais, je vendais, je découpais, je transportais les rouleaux de tissus... En fait, j'étais déjà dans l'économie circulaire, mais je n'arrivais pas à l'exprimer." D'autant que ses clientes d'alors ne comprennent pas ce qu'elle marmonne, la dame avec sa "Recycle Fashion", elles sont là pour acheter des coupons de tissus bon marché. "On vendait des tissus magnifiques, utilisés par Raf Simons ou Véronique Branquinho, ou encore les étoffes de la maison Cerruti [Ndlr, maison de couture connue pour ses costumes homme]. Et Allison s'obstine à expliquer en néerlandais – qui inclut le patois local – qu'"on faisait quelque chose de bien, qu'on récupérait des stocks dormants". "Et comme j'étais passionnée, rapidement, évidemment, je me suis épuisée..."

À l'époque, la mode éthique n'a pas le vent en poupe, vendue sous des termes peu glamour (recycle, re-use) qui n'inspirent que les plus radicaux des consommateurs. Mais Allison ne lâche pas l'affaire, arpente les milieux modeux, parle à tout le monde de son idée ("à Wallonie Bruxelles International, à Fashion Flanders, à Carry Somers de Fashion Revolution"), rate l'occasion de faire visiter son stock à Kanye West de passage à la Fashion Week, où elle est aussi. Enfin, pour alléger sa charge mentale, elle trouve un associé, Niels Van De Broeck, qui connaît la qualité de ce qu'ils vendent au détail pour lui-même avoir travaillé avec le designer belge Bruno Pieters et sa marque design et éthique By Honest.

### "Mais comment tu vas faire de l'argent avec ça ?"

Depuis le début de l'aventure qu'elle a lancée, Allison MacGreal a toujours cru dans l'utilité de rapprocher deux univers, celui d'une "mode réfléchie" et le monde de la création: "Je voulais créer un réseau, relier le monde de la créativité et le grand public, car je connaissais des patronnières et des étudiants, des créateurs et des profs d'école de mode. Et, toujours, on me rétorquait: 'Mais comment tu vas faire de l'argent avec ça?'"

Pourtant, en 2008, la crise des subprimes bouscule les industries créatives de la mode. Et si les grands groupes à tendance monopolistique cillent à peine, les jeunes créateurs avec leur collection à vendre dans les showrooms tout à coup moins fréquentés peinent à produire dans les mêmes conditions que les grands

noms. Au salon de tissu parisien Première Vision, il faut acheter au moins 100 mètres de tissu pour commencer à faire affaire avec un fabricant de textile.

### Brûlés plutôt que réutilisés

À cette époque déjà, Allison MacGreal met à disposition des créateurs inventifs sa bibliothèque de tissus de haute qualité, résultante de stocks qu'elle a trouvés de-ci de-là, grâce à un carnet de contacts qui s'est encore amplifié. Sandrina Fasoli ou Jean-Paul Lespagnard passaient dans les travées à la recherche de bijoux qui feraient le sel de leur collection aux pièces plus resserrées. "Désormais, nous sommes une plateforme entre deux mondes, les créateurs et les communautés de couturiers BtoB ou particuliers. Et si, il y a dix ans, les gens ne comprenaient pas la vision d'Allison, synthétise Élisa Cousseran, à la tête de la com pour The Fabric Sales, maintenant on est dans le sens de l'Histoire. Imaginez-vous que, par exemple, la marque Burberry brûle ses tissus plutôt que de les réutiliser?" "Allison est soutenue dans l'environnement, et de plus en plus de marques osent dire qu'elles nous confient leur stock non utilisé. C'est le cas d'Inès de La Fressange, qui veut qu'on nomme sa marque comme faisant partie de l'aventure de The Fabric Sales."

L'entreprise entre-t-elle en contact avec des créateurs reconnus qui donneraient encore plus de visibilité à sa bibliothèque de tissus qui compte déjà 10 000 références? "Maintenant oui, car je sais qu'on a notre place [dans le grand marché de la mode], et il faut qu'on le communique. [...] On aimerait travailler avec Vivienne Westwood, par exemple", s'enthousiasme Allison. La designer britannique défend, de longue date, le Buy Less, Buy Better. On pense aussi à la designer ultracotée Stella McCartney, fille de, devenue impératrice d'une mode tendance et green, par-dessus le marché, elle qui a breveté notamment un "cuir" malin, non issu de l'industrie de l'abattage animal.

The Fabric Sales est parvenue à s'extraire, enfin, d'une représentation passiviste du revendeur de tissu de stocks: imaginer s'offrir un coupon d'étoffes venues des ateliers de Dries Van Noten rend un projet vestimentaire excitant. D'autant que The Fabric Sales accompagne ses clients, se revendiquant "fabric stylist". Prochaine étape: travailler avec des maisons de patrons, et conseiller des sewing kits, histoire de "proposer concrètement aux gens ce qu'ils peuvent faire avec tel ou tel tissu". "Nous voulons redonner de l'importance à la matière première." Et alors que la mode était jusque-là quelque chose qu'on consommait comme un produit préfabriqué, Allison MacGreal parvient à modifier notre rapport au vêtement. De ce point de vue, le combat de sa dernière décennie a été gagné. Quel sera le suivant?

## 3000%

### L'augmentation du CA

Le chiffre d'affaires The Fabric Sales est passé de 5 à 6 chiffres, connaissant une augmentation de 3000% depuis 2012.