17 startups qui offrent une alternative responsable à la fast fashion

Marre des grandes enseignes de la mode et de la surconsommation de vêtements ? Et si vous optiez pour des marques françaises qui vous offrent une meilleure qualité et garantissent des conditions de production respectueuses des humains et de la planète ? Nous avons dégoté 17 startups pour vous rhabiller.

Temps de lecture : minute

---

17 mai 2021

Article initialement publié en avril 2019 et mis à jour le 17 mai 2021

Il ne faut pas nécessairement éditer un logiciel ou se lancer dans la blockchain pour être une startuppeuse ou un startupper. Celles et ceux qui sont présentés ici sont représentatifs d'une nouvelle génération de marques nées sur Internet. Ces personnes s'adressent directement à leurs consommatrices et consommateurs et suppriment les intermédiaires superflus. Leur but ? Ne conserver que l'essentiel pour proposer des produits de qualité au prix le plus juste. Leurs engagements se traduisent par des matières premières écologiques, du circuit-court, un respect de la main d'oeuvre ou encore le recours à l'upcycling.

Au juste

Lancée en octobre 2018 par un frère et une sœur, Gonzague et Violaine Lablancherie, Au juste est une marque de pulls mixtes 100% recyclés et entièrement fabriqués en France. L'idée de la création de cette marque

est venue du constat que l’industrie du textile est l’une des plus polluantes au monde. Pour faire une partie du chemin en faveur d’une industrie plus responsable, Au Juste a choisi de réduire la distance entre les personnes qui achètent et le site de fabrication. Les pulls sont ainsi tricotés dans la Loire, par un expert de la maille depuis 30 ans.

Au-delà des fibres 100% recyclées, le cycle de vente a aussi été pensé pour offrir aux consommatrices et consommateurs le prix le plus juste avec une présence uniquement en ligne.

Hopaal

Créée en 2016, à Anglet sur la côte Basque, Hopaal a fait le choix des matières recyclées et de l’approvisionnement local. La marque, fondée par Clément Maulavé et Mathieu Couacault, ne s’approvisionne que dans un rayon inférieur à 1500 kilomètres : France, Espagne, Portugal et Italie.

Membre de l’association 1% pour la planète, Hopaal – qui reverse donc 1% de son chiffre d’affaires à des causes écologiques – se fait un devoir de consommer le moins possible de ressources. Ainsi, quand la fabrication d’un t-shirt classique consomme 2700 litres d’eau, un t-shirt recyclé n’a besoin que de 50 litres.

Le vestiaire de Hopaal se compose de t-shirts, chemises, sweats, pulls, vestes, chaussettes et autres bonnets. À chaque achat, les clientes et clients peuvent voter pour le projet que Hopaal soutiendra en fin d’année.

À lire aussi
Répondre à un besoin, et non pas le créer : le crédo d’Hopaal

LePantalon

En 2014, tout commence avec un constat et une expérience personnelle. Olivier Gaudéchoux, le fondateur de Le Pantalon, recherche un chino coloré. Il réalise alors que les marques de fast fashion nourrissent les étagères des boutiques d’une surabondance de modèles à un prix défiant toute concurrence, mais que la palette de couleurs est très limitée et que la qualité, elle, n’est pas au rendez-vous. À l’opposé, les marques haut de gamme proposent des chinos de meilleure qualité, aux couleurs plus travaillées, mais à un prix très élevé.

Olivier Gaudéchoux décide alors de fonder LePantalon. La marque n’a depuis eu de cesse d’étoffer sa gamme de produits et de couleurs et propose aujourd’hui des chinos, des pantalons en laine et en velours, des jeans, des bermudas, des maillots de bain et une gamme d’accessoires. Jusqu’ici 100% masculine, la collection s’est ouverte aux femmes grâce à un premier partenariat avec Caroline Receveur.

Asphalte

Fondée par William Hauvette en octobre 2016, Asphalte est le fruit d'une réflexion simple : comment faire pour vendre à un prix raisonnable un vêtement qui coûte cher à fabriquer. Réponse : "*Il faut couper tous les coûts qui ne concernent pas le produit et le service : moins de stock, pas d'intermédiaires et surtout, un bon prix toute l'année, sans jamais rentrer dans la logique infernale des soldes.*"

Spécialisée dans un vestiaire masculin, élégant et viril, Asphalte démarre chaque création de produits par un questionnaire adressé à sa communauté. La marque a d'ores et déjà conçu "le pull parfait", "les bonnes boots", et les "sneakers solides", entre autres.

Neuvième Ciel

Candice Merlet Caussignac était analyste depuis sept ans pour Chanel et Pernod Ricard quand elle est tombée enceinte. Elle s'est alors rendu compte de sa difficulté à trouver des vêtements jolis, élégants et abordables que ce soit pour aller au bureau, se rendre à une soirée ou un mariage et plus globalement pour s'habiller au quotidien en restant féminine. Elle a donc décidé de tout plaquer pour créer sa marque de vêtements, Neuvième Ciel, faits en France avec des matières sourcées à Paris.

Sur son site, on trouve des chemises, des combinaisons, des leggings, des jupes… La particularité des vêtements Neuvième Ciel est qu'ils sont ajustés pour les femmes enceintes (le patron est spécialement adapté pour un ventre de grossesse). Les clientes peuvent donc choisir leur taille d'avant la grossesse.

Flair

Créée en 2017 par Clémence Wurtz, Flair est une marque mono-produit et ne fait que des bodys. Sorte de maillot de bain une pièce de ville, qui se porte sous un pantalon ou une jupe, les bodys Flair sont entièrement conçus et produits à Troyes.

À lire aussi
Flair, le body chic made in France qui va ringardiser Flashdance

En parallèle de son emploi de directrice de marque et de campagne chez Uber France, Clémence commence à prendre des cours de couture en 2016 pour le plaisir. Un an plus tard la jeune femme de 29 ans décide de se lancer dans son aventure entrepreneuriale. Après une campagne de financement participatif réussie sur Ulule, la mayonnaise a pris et onze mois après sa création, Flair annonçait déjà un partenariat avec Monoprix.

Atelier Particulier

En terminant leurs études, Fulbert Lecoq et Benjamin Legourd en ont eu assez des produits de mauvaise qualité. Pour autant, ils ne pouvaient pas accéder aux maisons de luxes, hors de leur budget. Dès lors, en 2013, leur est venue l'envie de mettre le haut de gamme à portée de main. Leur entreprise, Atelier Particulier était née.

La marque identifie les artisanes et artisans qui travaillent pour les plus grandes marques de luxe et leur commande les pièces qu'ils maîtrisent le mieux. En supprimant les intermédiaires et en ne faisant pas de publicité, Atelier Particulier propose des produits entre trois et cinq fois moins chers que leurs équivalents dans une marque de luxe.

Adresse Paris

Alexandra Mulliez et Pierre Moreau se sont rencontrés sur les bancs de Sciences-Po. En 2012, ils ont créé l'enseigne de concept stores Sauver le Monde des hommes. En 2018, ils ont décidé de mettre un terme à cette première aventure entrepreneuriale pour se lancer dans une nouvelle : Adresse Paris. Une marque qui a vocation à associer " style et ingéniosité ". Le premier produit – actuellement en précommande – est un imperméable : Elon. Sobre et élégant, le manteau est en fait bourré de fonctionnalités : capuche amovible adaptée au port d'un casque, poche pour carte bleue dans la manche, poche pour tablette, poche antivol, un tissu ultra déperlant, imperméable et coupe-vent, etc. Pour celles et ceux qui le précommandent, Elon est à 389 euros. Il passera ensuite à 450 euros.

Le Chemiseur

Créé en 2014 par Jan Schütte, un ingénieur allemand installé à Paris, Le Chemiseur est spécialisé dans la chemise sur mesure en ligne. Le but est

d’éliminer un double gâchis : des chemises mal coupées et une production de masse dont les invendus sont soldés ou jetés en fin de saison. La marque propose de créer sa chemise en ligne en quatre étapes, elle sera ensuite vendue au prix unique de 120 euros (ou 99 euros par chemise pour un lot de trois) et livrée gratuitement dans les trois semaines. Sur la première chemise reçue est inscrit (dans le col) une " clé de coupe " – combinaison alphanumérique unique de cinq caractères qui répertorie les données de la coupe -, qui permet par la suite de dupliquer sa chemise à l’envie.

À lire aussi
Le Chemiseur lève 400 000 euros pour habiller les hommes sur mesure

"*Le client entre sa taille habituelle (40, 41…)*, nous expliquait Jan Schutte dans un article que Maddyness lui a consacré au début de l’aventure. *Nous lui proposons une belle coupe de départ, et il l’ajuste en la comparant à une chemise qu’il a déjà et qui lui va bien. Une chemise existante est plus simple à mesurer, à plat sur une table. Et cette*

méthode permet au client d’imaginer ce qu’il va recevoir, et de vraiment l’adapter à ses préférences."

Atelier Loden

Modèle d'une nouvelle génération d'artisans et de créateurs soucieux de l'environnement, Bastien Hullessen a crée son entreprise, l'Atelier Loden. Pour sa première collection, le jeune créateur a misé sur un manteau et personnalisable fabriqué à partir de matières naturelles françaises. Son crédo : démocratiser l’accès à une mode respectueuse de la planète valorisant les savoir-faire de notre territoire.
Pour s’assurer de la qualité, l’entrepreneur a fait appel à Hervier Productions, spécialiste de la confection de manteau depuis 120 ans. Pour limiter sa production tout en offrant un large choix de produits à ses client·e·s, Bastien Hullessen a imaginé trois modèles de base que l’on peut décliner en 216 combinaisons en fonction de la couleur, la longueur des manches, la forme des épaules et du col ou encore la longueur totale de la pièce.

Thelma Rose

Thelma Rose, c'est l'histoire de deux soeurs, Stéphanie et Sidonie Dumoulin. Soucieuses de proposer une mode éthique et responsable, elles lancent une première marque en 2010, destinée aux femmes enceintes. Dix ans plus tard, c'est au tour de Thelma Rose de voir le jour avec les mêmes critères : réaliser des vêtements intemporels, durables, fabriqués en France avec des matières textiles certifiées OekoTex et sources en France et en Italie. Seule leur cible change puisqu'elles visent, cette fois-ci, les femmes de manière générale et non plus seulement les futures mamans.

Ateliers Unes

Toutes les femmes qui portent des collants ont un jour été confrontées à cette angoisse : filer son collant et se retrouver avec un énorme trou au milieu du mollet. Violette Dedeban et Matthieu Jungfer, les cofondateurs d'Ateliers Unes ont élaboré une nouvelle paire de collants, renforcée et résistante, réalisée à partir de matière recyclée. Ils sont même allés encore plus loin en mettant en place une consigne.
Une fois la paire arrivée en fin de vie, son utilisatrice peut la renvoyer à Ateliers Unes qui lui reversera 2 euros de consignes et réutilisera les bas pour en faire des élastiques à cheveux.

Mariannette

En pleine campagne de crowdfunding sur Ulule, Mariannette est une jeune marque toulousaine qui mise sur une fabrication française et des matières premières recyclées et biologiques. "*Du tricotage de la matière jusqu'au packaging en passant par les boutons et les étiquettes, toutes les étapes de fabrication sont réalisées sur notre territoire*" , précise la fondatrice, Majorie Fatkic, sur son site. Les fils, par exemple, sont réalisés dans le Tarn. Pour sa première collection, disponible en précommande, la créatrice propose des gilets composés à 70% de laine - qui se déclinent en plusieurs coloris - et une robe en viscose et en polyester.

Balzac Paris

Depuis son lancement en 2014, Balzac Paris met l’accent sur le caractère responsable de ses produits. En plus d’une marketplace seconde main - permettant à ses clients de renvoyer les pièces qu’ils n’utilisent plus en contrepartie d’un bon de réduction - la startup apporte une attention particulière aux méthodes et aux matières premières utilisées pour la confection. Certains produits de sa gamme sont fabriqués en coton bio,

certifiés GOTS, délavés à l'ozone, et sans rivets, donc facilement recyclables. La quasi-totalité de ses pièces sont fabriquées en France ou en Europe.

1083

La marque drômoise 1083 a fait de son engagement social et environnemental sa marque de fabrique. Son nom en est la preuve puisqu'il s'agit de la distance qui sépare les deux villes françaises les plus éloignées l'une de l'autre, un pied de nez à la distance moyenne parcouru par les vêtements fabriqués en Asie - environ 65 000 km-. Le fondateur de la marque prône une mode local, favorisant l'économie française, mais aussi durable - avec son jean infini notamment- et des process respectueux de l'environnement. En plus d'un délavage au laser, elle fabrique une partie des jeans sur commande afin d'éviter les stocks et le gaspillage.

À lire aussi
1083 prône une nouvelle consommation entre plaisir et responsabilité

UYD

Limiter au maximum l’impact de leurs vêtement ssur la planète, voilà l’ambitieux projet d’Erwan Kervarec et Laurent Fontenas à travers leur marque UYD. Pas question pour autant de proposer une mode ennuyeuse. Avec leur sweet-shirt pop, colorés et non genrés, les deux créateurs veulent se démarquer. Leurs pièces - tissus, cordons et fils compris- sont fabriquées à partir de matières recyclées ou de plastiques transformés. Elles sont assemblées en France, dans un petit atelier en Bretagne.

Youkan Recycled

Youkan recycled s’engage à créer des vêtements uniquement conçus à partir de matières recyclées en France. Pour éviter tout gaspillage vestimentaire, la marque a noué un partenariat avec l’association Redonner pour leur donner une seconde vie. En contrepartie, les donateurs bénéficieront d’un bon de 10% sur la boutique de Youkan Recycled.
Les collections actuelles comportent des tee-shirts et des sweats ainsi que des bracelets et des bonnets pour les femmes et les hommes.

Article écrit par Maddyness