

**Collection XULY.Bët For Love pour les Centres E.Leclerc :
du champ de coton à la commercialisation**

Les coulisses d'un projet issu du commerce équitable

Juin 2008

"XULY.Bët For Love", Une aventure humaine

Le commerce équitable consiste à favoriser la diffusion et la vente de produits issus du travail des petits producteurs du Sud. L'objectif : contribuer à améliorer les conditions de travail et le niveau de vie de ces populations défavorisées.

Estimant que le commerce équitable doit encore se développer largement, les Centres E.Leclerc étoffent leur offre en 2008 en faveur de cette organisation plus juste. Au-delà de l'alimentaire, l'enseigne marque sa différence en non-alimentaire avec une offre élargie autour du coton bio équitable. En partenariat avec le créateur d'origine malienne XULY.Bët, E.Leclerc lance XULY.Bët For Love, une initiative originale, pour toujours plus d'accessibilité et une vraie démocratisation du commerce équitable.

> XULY.Bët For Love, une collection tendance en coton bio équitable :

- En 2008, conscients que nombre de Français ont encore besoin d'être séduits et convaincus par le commerce équitable, les Centres E.Leclerc imaginent un projet unique : la toute première collection mode en coton biologique et équitable du Mali par le créateur parisien d'origine malienne XULY.Bët.
XULY.Bët For Love. Une rencontre inédite qui scelle un engagement commun.
- Le projet trouve son point d'ancrage sur le terrain, au Mali. Les racines du créateur s'y trouvent, l'enseigne y a déjà développé des projets et souhaite en faire le coeur de l'opération. Du champ de coton bio malien à la commercialisation en passant par les étapes de fabrication au Portugal, l'enseigne invente sa propre définition du commerce éthique.
XULY.Bët For Love. Une démarche équitable Nord-Sud, une solidarité Nord-Nord.
- Désireux d'avoir les garanties les plus sérieuses en matière de contrôle des conditions de production de la filière choisie, les Centres E.Leclerc s'entourent de plusieurs acteurs-clés sur le marché du coton biologique équitable. Contrôlée par des auditeurs indépendants, la collection XULY.Bët For Love est fabriquée à base de coton bio et équitable labellisé Max Havelaar.
XULY.Bët For Love. Une filière réfléchie pour une transparence sans faille.

Au travers du cas concret de la collection XULY.Bët For Love, les Centres E.Leclerc souhaitent apporter à chacun un véritable éclairage sur les coulisses actuelles du commerce équitable.

SOMMAIRE

1. "XULY.Bêt For Love", un projet, une rencontre inédite, des valeurs partagées p.4
 - > E.Leclerc, acteur de premier plan de la cause équitable
 - > XULY.Bêt For Love, une nouvelle initiative autour de l'élégance utile pour séduire les consommateurs

2. "XULY.Bêt For Love", du champ à la commercialisation dans les Centres E.Leclerc p.7
 - > La culture et la récolte du coton bio équitable
 - > De l'égrainage à la commercialisation

3. "XULY.Bêt For Love", panorama des principaux partenaires p.9
 - > Helvetas, 50 ans d'engagement pour un monde plus juste
 - > Switcher, le développement durable comme philosophie d'entreprise
 - > Max Havelaar et FLO-Cert, le commerce au service du développement

4. "XULY.Bêt For Love", séduire et informer : le commerce équitable, mode d'emploi p.12
 - > "Respect-inside", l'ADN de votre produit en un seul clic, pour plus de pédagogie
 - > La collection XULY.Bêt For Love : une garde-robe équitable à prix E.Leclerc

"XULY.Bët For Love", Un projet, une rencontre inédite, des valeurs partagées

Le Mouvement E.Leclerc s'est engagé dans une plus large démocratisation du commerce équitable. Premier distributeur de produits équitables en France, l'enseigne dévoile aujourd'hui un nouveau pan de son action en ouvrant ses portes au prêt-à-porter en coton bio équitable. XULY.Bët For Love représente une première dans l'univers de la grande distribution en France. Avec le concours d'un créateur impliqué, les Centres E.Leclerc proposent une mode pour tous, une mode bien dans son époque, sans compromis ni sur l'élégance ni sur l'accessibilité.

> E.Leclerc, acteur de premier plan de la cause équitable

○ Un soutien historique

Enseigne engagée, le Mouvement E.Leclerc adopte dès 2004 une attitude pionnière visant à développer le commerce équitable au travers de nombreuses actions. Pour que les producteurs puissent en tirer un vrai bénéfice, l'enseigne s'est toujours attachée à élargir son offre. Dès 2005, le pari de E.Leclerc de devenir le premier distributeur de produits issus du commerce équitable était ainsi remporté avec 180 références proposées. En 2008, l'enseigne confirme son engagement avec plus de 400 produits référencés.

Cette année, l'enseigne fait un pas de plus dans cet engagement en lançant Entr'aide, nouvelle gamme de produits équitables de la Marque Repère. Les Centres E.Leclerc participent ainsi pleinement à l'effort de démocratisation du commerce équitable aux côtés des marques nationales. Leur but : permettre à toujours plus de consommateurs de découvrir la démarche équitable, sans que le prix ne soit un frein à l'achat.

Pour cela, l'enseigne encourage en permanence ses collaborateurs, acheteurs et adhérents, mais aussi fournisseurs à se tourner toujours plus vers l'équitable. Ainsi en non-alimentaire, et notamment sur le rayon textile bio équitable, les adhérents E.Leclerc oeuvrent pour atteindre un objectif fort : doubler d'ici la saison printemps-été 2008-2009 le nombre de références proposées dans leurs magasins. En externe, les Centres E.Leclerc sollicitent au quotidien leurs fournisseurs afin que ceux-ci développent une filière équitable. Encourager leurs fournisseurs "non-équitables" à s'engager eux aussi dans la voie du commerce solidaire est essentiel pour l'enseigne.

○ Un attachement profond au Mali

Le Mali est une terre d'attachement pour l'enseigne, qui s'y est déjà illustrée à travers son combat pour l'accessibilité de la culture et l'opération "Des livres pour le Mali". Le concept ? Des programmes de dotation en livres mis en place grâce au partenariat entre l'enseigne et le Festival Etonnants Voyageurs. Entre 2005 et 2007, l'opération a permis la distribution de 13.000 ouvrages dans des écoles et bibliothèques de Bamako et d'autres villes maliennes.

C'est donc tout naturellement que les Centres E.Leclerc ont souhaité contribuer à aider l'économie locale malienne en intégrant les jeunes structures de coton bio équitable à leur politique de référencement national. En 2006, le premier sac de caisse 100 % biodégradable en coton équitable labellisé Max Havelaar voit le jour dans les magasins E.Leclerc. Un moyen facile et pratique de consommer équitable au quotidien. L'enseigne reste à ce jour la seule à proposer ce type de produit.

A partir du coton malien, les Centres E.Leclerc ont progressivement étendu leur offre "solidaire" au textile à travers une collection de linge de maison et de tee-shirts produits sous la marque Tissaïa.

Proposés dans un large colorama, ces tee-shirts, au référencement permanent, se vendent à un prix E.Leclerc, très accessible, qui correspond au plus bas prix d'un tee-shirt de qualité, réalisé à partir de coton conventionnel. Dans la lignée de son combat pour l'environnement, l'enseigne propose ce produit, roulé et maintenu par un lien de raphia. L'éviction des cintres représente en effet une économie de plastique non négligeable.

120.000 tee-shirts roulés en coton bio équitable malien ont déjà été vendus dans les Centres E.Leclerc depuis fin janvier 2008.

Une manière concrète pour l'enseigne E.Leclerc de vivre sa solidarité avec le Mali.

> **XULY.Bêt For Love, une nouvelle initiative autour de l'élégance utile pour séduire les consommateurs**

○ **XULY.Bêt For Love, une idée, une histoire**

En 2007, les Centres E.Leclerc écrivent une nouvelle histoire en décidant de commercialiser une collection de prêt-à-porter réalisée à partir de coton bio équitable. Corrélé à une valeur affective forte pour Michel-Edouard Leclerc, le Mali, véritable berceau du coton bio équitable, se révèle, dès la conception du projet, le terrain tout choisi de l'aventure.

Les Centres E.Leclerc se tournent ensuite vers un partenaire qui leur semble le plus approprié dans le cadre de cette collaboration, XULY.Bêt, un styliste engagé d'origine malienne. Né dans une famille d'intellectuels maliens en 1962 à Bamako, Lamine Badian Kouyaté, alias XULY.Bêt, vit entre la France et l'Afrique dès son adolescence. Dès lors, ses influences mixent l'éclectisme du continent africain aux inspirations rock de la scène artistique parisienne qu'il fréquente dès la fin des années 80. Le styliste qui a défilé dans le monde entier, célèbre pour ses collections à la fois très urbaines, joyeuses, mixant force des imprimés et sensualité des lignes, reste très attaché à sa terre natale, et participe chaque année à des événements sur le continent africain. XULY.Bêt fait notamment partie de la commission "Afrique en Création" de CulturesFrance.

Pour lui, travailler sur place, en Afrique, est une façon d'agir, comme il l'a montré avec ses « sacs fétiches » fabriqués au Togo ou sa collection spécial « wax » préparée à Dakar. Autre exemple : en 1997, toute son équipe s'installe à Bamako afin de créer avec les tisserands,

tailleurs et teinturières de la ville sa collection « tie and die » Printemps-Eté 1998 qui défilera sur place mais aussi sur les podiums de New York et Paris. A sa façon donc, et en exposant ses collections dans le monde entier, XULY.Bêt raconte aussi, loin de tout traitement folklorique, une Afrique moderne, sa culture et ses aspirations, qui sont naturellement présentes dans son travail et dans la collection XULY.Bêt For Love.

○ **Une collection empreinte d'éthique et d'accessibilité**

Styliste engagé de l'élégance démocratique, XULY.Bêt a beaucoup contribué au désenclavement des frontières entre la mode "couture" et un prêt-à-porter accessible au plus grand nombre. A l'avant-garde de la tendance « récup' » aujourd'hui déclinée par de nombreuses maisons, le créateur manifeste également une sensibilité affirmée au développement durable. Utilisant des matériaux d'occasion, il est le premier styliste à lancer une ligne « 100 % Recyclé » à la fin des années 80, et ces pièces uniques font toujours partie intégrante de ses collections.

La diffusion des 40.000 pièces de la collection XULY.Bêt For Love dans les centres E. Leclerc est une nouvelle illustration de l'engagement du créateur pour l'accessibilité.

« Des podiums parisiens aux champs de coton malien... le travail autour de la collection XULY.Bêt For Love me passionne : c'est une pierre à l'édifice du développement du coton bio et équitable malien que j'utilise pour la première fois de ma carrière. La diffusion de ce petit vestiaire dans une grande enseigne m'offre aussi l'opportunité de toucher un nouveau et large public avec des modèles de grande qualité à prix E. Leclerc. »
XULY.Bêt

Le lancement de XULY.Bêt For Love a été pensé pour satisfaire un objectif : faire en sorte que le plus grand nombre de consommateurs ait accès à ce commerce d'un genre nouveau, encore méconnu. Depuis plusieurs années, les Centres E.Leclerc jouent à 100 % la carte du commerce équitable utile au travers d'une politique de prix juste mais aussi en multipliant les actions d'information et de communication (catalogues, PLV, site Internet, actions magasins, semaine thématique).

Pour une approche encore plus pédagogique à destination du grand public, la collection XULY.Bêt For Love sera relayée dès son lancement dans les catalogues de l'enseigne. Un livret expliquant la démarche équitable et l'origine de la collection accompagnera l'achat de chaque article.

*XULY.Bêt For Love, un outil supplémentaire,
une véritable passerelle entre un créateur de mode et un large public.*

"XULY.Bët For Love", Du champ à la commercialisation dans les Centres E.Leclerc

Véritable aventure humaine, la collection XULY.Bët For Love a été pensée dans le respect des producteurs comme des consommateurs. L'être humain est au cœur des préoccupations des acteurs du projet. L'apport de chacun à chaque étape de la chaîne de production est décisif pour la réussite du projet : avec XULY.Bët For Love, convivialité et responsabilités riment avec solidarité.

> La culture et la récolte du coton bio équitable

En 2002, dans un contexte défavorable à la culture du coton conventionnel, secteur en crise, la première filière de coton biologique équitable est mise en place au Mali sur l'impulsion de l'ONG Helvetas. Soutenus par Helvetas, les producteurs de coton bio se structurent au sein du Mouvement Biologique Malien (MOBIOM), regroupement de coopératives démocratique et transparent.

○ Un nouveau marché en développement

Le coton biologique présente un certain nombre de caractéristiques : récolté sur le modèle de la culture du coton pluvial et garanti sans OGM, il est plus respectueux de l'environnement grâce à la réduction drastique des engrais non-naturels. Dans la culture traditionnelle malienne, seuls les hommes ont accès aux crédits pour les fertilisants et les pesticides. L'éviction de ces substances du mode de production biologique équitable permet aux femmes de jouer désormais un vrai rôle dans la communauté.

En 2004, la production répondant aux critères du commerce équitable, Max Havelaar se tourne tout naturellement vers le coton biologique pour labelliser le premier produit non-alimentaire. Une initiative supplémentaire et un bon coup de projecteur sur le coton bio équitable, produit doublement certifié.

S'il représente toujours une part infime du marché mondial du coton, le coton biologique équitable fait chaque jour des émules. En 2004, le coton bio équitable concernait seulement 7 coopératives et 16 villages. En 2007, 3 377 producteurs maliens produisaient 800 tonnes de coton bio équitable. Pour 2008, Helvetas et ses partenaires au Mali se sont fixé un objectif de production de 34 000 tonnes pour 12 000 producteurs organisés au sein de 75 coopératives.

○ Focus : cas concret sur le volet économique et social

Depuis 2004, les producteurs de coton bio équitable bénéficient d'un prix minimum garanti presque deux fois supérieur à celui du coton conventionnel. Les prix garantis sont d'ores et déjà une source de progrès concrets au Mali. Des initiatives touchant à la santé, à l'éducation et à l'équipement voient le jour. Sur le plan social, les femmes s'intègrent mieux au sein des coopératives puisqu'elles peuvent librement s'impliquer dans la production de cette culture.

XULY.Bêt For Love participe ainsi à la dynamique de progrès résultant de la prime de financement FLO. Sur le terrain, la collection va permettre la mise en œuvre de projets communautaires comme l'implantation de magasins de stockage, l'achat de matériel scolaire ou encore la construction de puits et d'écoles.

À terme, les producteurs doivent être en mesure de créer eux-mêmes les conditions d'un développement durable, économique, social et environnemental.

> **De l'égrainage à la commercialisation**

○ **La transformation du coton en textile : transparence et respect à toutes les étapes de la fabrication**

Une fois la récolte réalisée par le MOBIOM et vendue à la CMDT (Compagnie malienne pour le développement du textile), le coton est égrainé. Ce n'est qu'après cette étape que Switcher, entreprise textile en charge de la fabrication de la collection XULY.Bêt For Love, s'approvisionne en coton bio équitable.

Le coton est ensuite livré au Portugal, dans trois usines certifiées FLO-Cert situées dans la région de Porto, qui assurent une finition et une technicité de haute qualité du produit. Le coton sera ainsi filé puis tricoté avant d'être fini en usine de confection.

La proximité géographique entre l'Afrique et le Portugal permet des économies importantes en termes d'émissions de CO². Les usines impliquées dans la fabrication de la collection XULY.Bêt For Love ont par ailleurs réduit l'impact sur l'environnement en recyclant les eaux usées et la chaleur et en instaurant le tri des déchets... Un vrai bénéfice écologique !

○ **Les Centres E.Leclerc : oui à une solidarité Nord-Nord**

Grâce au projet XULY.Bêt For Love, au Portugal, une usine de textile conventionnel supplémentaire a pu être certifiée FLO, un agrément garantissant la traçabilité et l'origine du coton utilisé.

Dans un pays où la précarité de l'emploi fait rage, les ouvriers des usines prestataires de Switcher ont l'assurance d'un niveau de salaire garanti. Les Centres E.Leclerc et leurs partenaires contribuent ainsi à faire vivre une filière textile en Europe.

XULY.Bêt For Love, la preuve que le commerce éthique peut s'appliquer au Nord.

"XULY.Bët For Love", Panorama des principaux partenaires

Fruit du travail collectif de plusieurs acteurs, experts sur leur terrain respectif, la collection XULY.Bët For Love a été portée par des associations et entreprises partenaires, résolument engagées.

> Helvetas, 50 ans d'engagement pour un monde plus juste

Première organisation privée suisse de coopération au développement, Helvetas a été fondée en 1955. Depuis presque 50 ans, Helvetas s'engage ainsi pour un développement durable et solidaire orienté sur les droits fondamentaux et les besoins des populations défavorisées des pays du Sud. En 2002, Helvetas devient la première structure à lancer un projet de coton biologique, cultivé dans le respect de l'éthique et de l'environnement, au Mali. Depuis, Helvetas développe au quotidien la filière et se fait le premier promoteur de la culture de coton biologique équitable. L'objectif à terme : l'autonomisation complète de la filière.

Le mot de Tobias Meier, Responsable de la commercialisation, Helvetas :

"C'est grâce à l'engagement des acteurs maliens, en particulier les producteurs et productrices de coton regroupés au sein du Mouvement Biologique Malien (MOBIOM), la Compagnie Malienne de Développement des Textiles (CMDT) ainsi que les partenaires locaux d'Helvetas, en collaboration étroite avec des partenaires du Nord, notamment Max Havelaar, Switcher, rejoints récemment par les Centres E. Leclerc, que ce programme de coton biologique et équitable a pu se développer au Mali jusqu'à devenir une chaîne de production alternative intéressante dans le contexte de la crise des filières africaines de coton conventionnel."

> Switcher, le développement durable comme philosophie d'entreprise

Entreprise de textile suisse créée en 1981, Switcher affirme dès le milieu des années 90 sa volonté de renforcer son engagement sur les questions économiques, sociales et environnementales. En 1998, dans le cadre d'une étude de faisabilité menée par Helvetas, Switcher s'engage auprès de l'ONG à acheter du coton biologique équitable une fois la récolte réalisée. Cette promesse d'achat permet à Helvetas de mettre en marche son projet. En 2005, la première collection 100 % bio équitable Switcher est commercialisée.

Le mot de Michelle Rousset, Directrice, Switcher France :

"Le projet XULY.Bët For Love nous a permis de confirmer les solides affinités que nous nous étions déjà trouvées dans le passé avec les Centres E.Leclerc.. Comme nous, les Centres E.Leclerc ne considèrent pas leurs fournisseurs comme des prestataires mais comme de vrais partenaires ; ils sont pionniers sur le développement durable. Et en acceptant de s'impliquer au Portugal pour un commerce solidaire Nord-Nord, E.Leclerc ouvre une nouvelle voie."

> **Max Havelaar et FLO-Cert, le commerce au service du développement**

Max Havelaar France est une association de solidarité internationale qui représente le mouvement international Fairtrade. Son but : utiliser le commerce pour permettre à des paysans et employés de l'hémisphère sud de vivre de leur travail, en toute autonomie. Le commerce équitable, c'est un échange simple : ici, vous achetez des produits portant le label, quelle que soit la marque. Là-bas, des producteurs vivent de leur travail, respectent l'environnement et s'unissent pour décider eux-mêmes de leur avenir.

En termes de développement économique, les producteurs perçoivent un revenu stable qui leur permet non seulement de vivre, mais aussi d'investir pour mieux produire. Sur un plan social, ils s'unissent dans des organisations démocratiques, bien gérées et autonomes face au marché. Les droits sociaux sont respectés et des projets sont financés au bénéfice de tous : santé, éducation... Enfin, le commerce équitable a aussi une dimension environnementale : les producteurs réduisent en effet leur impact sur la nature, et progressent vers des méthodes d'agriculture biologique.

Depuis 2005, le label Fairtrade / Max Havelaar s'applique au coton en tant que matière première.

Le certificateur FLO-Cert inspecte régulièrement sur le terrain les organisations de producteurs et tous les acteurs commerciaux et délivre le label suivant une méthodologie rigoureuse (norme ISO65). Organisme de certification indépendant, la société FLO-Cert offre aux consommateurs une garantie et un strict contrôle des standards du commerce équitable. Concrètement, les organisations de producteurs souhaitant être certifiées doivent d'abord remplir un dossier qui sera soumis à FLO-Cert. Celle-ci cherche à comprendre si certaines conditions préalables sont réunies, comme la transparence de gestion et la démocratie dans les coopératives, ou encore l'absence de produits chimiques interdits. Une inspection sur le terrain permettra l'octroi ou non de la certification.

L'éthique des conditions de fabrication du textile est également vérifiée. Les transformateurs de la filière du coton équitable doivent démontrer qu'elles respectent les exigences des standards commerciaux pour le coton en matière d'éthique sociale, basées sur les conventions de l'Organisation Internationale du Travail, et remettre pour cela un indicateur à FLO-cert (le plus souvent un rapport d'audit social réalisé par un organisme indépendant).

Le groupement de producteurs MOBIOM et les transformateurs impliqués dans la fabrication de la collection XULY.Bêt For Love au Portugal sont tous certifiés FLO-cert.

Le mot de Joachim Munoz, Directeur Général, Max Havelaar France :

"Nous apprécions naturellement toutes les initiatives permettant d'amplifier la portée du commerce équitable. Les Centres E.Leclerc sont un de nos partenaires privilégiés au quotidien. Leur action nous permet d'agir concrètement sur le terrain. En créant l'événement avec des lancements comme celui du premier sac de caisse en coton bio équitable ou celui, aujourd'hui, de XULY.Bêt For Love, E.Leclerc participe largement à la démocratisation de l'acte solidaire."

> XULY.Bèt, focus sur un créateur et sa griffe

« Ouvre grand l'œil » est la traduction littérale de l'expression « XULY.Bèt » venue du wolof, langue principale du Sénégal où Lamine Badian KOUYATÉ, créateur de la griffe qui est aussi devenue son pseudonyme de styliste, a passé une partie de son enfance. Invitant à voir un peu plus loin derrière l'apparence des choses et des frontières imposées, c'est aussi ce que l'on dit à quelqu'un qui vous regarde avec insistance, la réponse du regardé au regardant, et une protection contre « le mauvais œil ». XULY.Bèt crée une mode à l'élégance démocratique, reconnaissable d'emblée grâce à sa marque de fabrique, la surpiqûre ou couture rouge, et l'étiquette apparente rouge et noire.

Après des études d'architecture à Strasbourg et Paris, XULY.Bèt est reconnu dès son premier "Défilé tout en blanc" organisé aux Tuileries en 1992 sous forme de happening, Il défile régulièrement à Paris (Carrousel du Louvre), et dans le monde entier (New York, Monaco, Seoul, Johannesburg, Dakar, Buenos Aires, Mexico...). De Rossy de Palma à Keziah Jones, de Neneh Cherry à Laetitia Halliday, ou Rokia Traoré... A l'image de cette diversité d'artistes qui portent ses créations, XULY.Bèt ne s'adresse pas à une clientèle monochrome mais à un large panel d'aficionados refusant l'uniforme et la pensée unique.

Depuis 15 ans, le lauréat du Ministère de la Culture et de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne a collaboré avec les 3 Suisses, Puma, A.P.C., les fourrures de luxe Sprung Frères, a créé 300 modèles pour l'inauguration du Stade de France mais aussi la collection « NafNaf by XULY.Bèt » pour l'hiver 2007. Il a inspiré Robert Altman pour le personnage de Forest Whitaker dans son film « Prêt-à-Porter » qui met en scène un de ses défilés. Le Musée de la Mode d'Anvers lui a consacré une installation au printemps 2005, et le Grimaldi Forum de Monaco, tout en lui confiant la direction artistique des deux soirées d'ouverture de saison, a accueilli la même année l'exposition « XULY.Bèt, Carnet de Voyage d'une collection » .

XULY.Bèt a fêté en 2007 les dix ans d'existence de sa boutique parisienne, 150 m² de « Funkin'Fashion », au coeur de l'Espace Créateurs du Forum des Halles dans le 1^{er} arrondissement de Paris.

Sally Singer, rédacteur en chef mode du magazine *New-York*, parle de XULY.Bèt :

« Avec sa capacité à puiser dans toutes les cultures et à y évoluer avec aisance, le styliste malien est certainement un véritable archétype de la mode contemporaine. La simplicité de ses tricots en stretch et de ses polyesters, la modestie et la sensibilité écologiste qu'il manifeste en reprenant des matériaux d'occasion et la manière dont il mêle allègrement les thématiques africaine et européenne font de XULY.Bèt le porte-parole le plus évident de l'esthétique « nomade » qui domine cette fin de millénaire. »

(In *VISIONAIRE'S MODE 2001*, Editions Assouline, Paris)

Biographie complète disponible sur demande

"XULY.Bët For Love", Séduire et informer : le commerce équitable, mode d'emploi

Mode, accessibilité et commerce équitable sont les trois composantes de l'équation XULY.Bët For Love. En effet, l'enjeu lors de la mise en rayons en novembre 2008 est de séduire le consommateur d'emblée, l'acte d'achat étant lié à l'adhésion au produit, son style, sa qualité, son prix, et son label bio et équitable. Le consommateur, tout en se faisant plaisir avec un produit de prêt-à-porter très tendance, confortable et accessible, est invité à s'intéresser au pays des champs de coton bio et équitable, et in fine, contribue au développement durable. Ainsi le petit livret tagué sur chaque pièce de la collection, tout en racontant le projet et expliquant les principes du commerce équitable, est porteur d'un « code ADN » pour une traçabilité totale en un clic.

> "Respect-inside", l'ADN d'un produit en un seul clic pour plus de pédagogie

www.respect-inside.org est le premier site Internet qui permet d'informer le consommateur sur la traçabilité de la production de biens de consommation et de produits industriels.

L'idée fondatrice du site : tout consommateur doit avoir accès à l'ADN du produit qu'il achète. Chaque pièce de la collection XULY.Bët For Love portera ainsi son "code ADN" identifiable sur le site www.respect-inside.org. En saisissant son code, le consommateur pourra découvrir les coulisses de la chaîne de production de la collection XULY.Bët For Love et les bénéfices concrets pour les producteurs du Mali engagés dans la culture de coton bio équitable.

Pour la garantie d'une information fiable, les partenaires doivent passer par un mécanisme d'auto-évaluation et s'engager à respecter la charte éthique du site Internet. En adoptant ce système de transparence totale sur l'étiquette des produits XULY.Bët For Love, les Centres E.Leclerc poursuivent leurs engagements sociaux et éthiques sur la chaîne de production.

> La collection XULY.Bët For Love : une garde-robe équitable à prix E.Leclerc

Collection exclusive d'inspiration « homewear », « XULY.Bët For Love » allie glamour, douceur et cocooning. A la fois chics et décontractés, six tops et deux bas sont déclinés en 4 coloris : marron glacé, café, rouge et noir. De la tunique au legging, en passant par le petit blouson plissé, le pantalon jazz ou la blouse oversize manches ballon, ces basiques revisités peuvent aussi se combiner en superpositions pour des silhouettes élégantes et faciles à vivre.

Code récurrent dans les collections XULY.Bët, l'étiquette extérieure, rouge pour les collections du créateur, est déclinée ici aux couleurs de la collection en taupe, rouge et blanc.

La collection sera disponible dans les Centres E.Leclerc (magasins participants) dès novembre 2008.



Tunique Fama, 22 €
Tee-shirt décollecté Coura, 17 €
Sous-pull Afé, 17 €
Robe Djenna, 28 €
Blouse Diari, 35 €
Legging Aminata, 15 €
Blouson plissé Aïssa, 37 €
Pantalon jazz Bintou, 27 €

Tailles : S, M, L

Visuels sur demande

