

wicho®

paris • temuco • valfleury

les bonnets wicho

de la mode qui a du sens

Créativité et éthique, ici et là-bas.
Wicho fait du beau qui a du sens.
On porte Wicho parce que l'on aime,
le concept, la création...



l'histoire de wicho

Le commerce équitable et éthique est semé de coups de foudre,
de passions, d'histoires de rencontres.

Celle de Wicho commence en 2007 au Chili.

Louis Toussaint nous la raconte avec ses mots :

« Ce qui m'a poussé à aller au Chili : un stage en agence de tourisme
dans le sud de Chili, près de Temuco, la région de l'Araucania.

Ce que j'y ai fait : j'ai travaillé bien sûr, j'ai aussi voyagé... un peu.

Ce que j'y ai rencontré : une région magnifique,
des paysages splendides, des populations méconnues,
leur culture, leur mode de vie, leurs valeurs, leur artisanat...

leur démocratisation et la difficulté de reconnaissance et
d'intégration auquel elles doivent faire face.

Ce qui m'a motivé à lancer une marque de textile éthique :
faire connaître le savoir-faire de ces populations Mapuches.

Etablir un contact avec eux avec la volonté de les aider
à émerger tant au niveau économique que social.

Proposer des produits colorés, très colorés... pour faire face
à une grisaille hivernale caractéristique de notre pays.

Les retours positifs des personnes qui m'entourent,
m'encourageant à lancer un projet
qui me tient beaucoup à cœur ».



le concept

Wicho souhaite valoriser l'utilisation de matériaux naturels et des méthodes de production traditionnelles dans l'élaboration, pour commencer, de produits textiles provenant des pays andins (au départ du Chili).

la priorité wicho

Wicho est un projet éthique qui a pour objectifs de faire connaître le savoir-faire et la culture des artisans Mapuches du Sud du Chili, d'établir avec eux un échange solidaire et de proposer une variété de produits uniques de qualité.





wicho là-bas

Wicho, cela se passe où :
au Chili tout d'abord, à Temuco, région de provenance des produits.
Ingrid, d'origine Mapuche est le principal contact à Temuco.
Elle travaille elle-même avec d'autres productrices
lorsque la demande est trop importante
pour qu'elle puisse y répondre toute seule.

wicho ici

Wicho cela se passe aussi en France.
En banlieue parisienne, à Meudon Valfleury, le « QG » du projet,
d'où la private joke sur le site Internet « Paris – Temuco – Valfleury ».
En France, trois personnes ont contribué au projet :
Max, développeur web,
Nico, designer du site, du packaging,
des étiquettes (imprimées sur papier recyclé),
Louis, commercial et chargé des relations
avec les prestataires et distributeurs.
Pour l'instant, la pose du logo sur les bonnets se fait en France.
Un petit producteur réalise ce travail assez délicat.





wicho aujourd'hui

Une collaboration Chili-France qui fait de chacun des bonnets Wicho une pièce unique qui fédère une tribu et participe à une philosophie de vie : vivre dans un monde équitable.

wicho demain

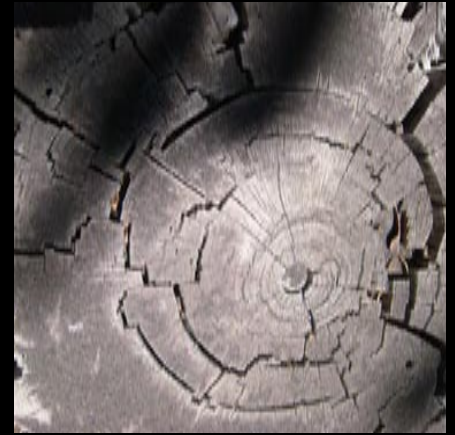
Les bonnets et après ?

Le Chili abonde de matières, de produits, d'hommes et de femmes qui aiment le beau et ont envie de faire connaître leurs créations à travers le monde.

Wicho, c'est le début d'une grande aventure de mode éthique.

A moyen terme, une des priorités de Wicho est de lancer des projets de protection de la culture Mapuche et de toutes les richesses naturelles qui l'accompagnent (comme l'organisation de voyage de découverte au sein des communautés Mapuche, le lancement de projets sociaux...)





wicho et le développement durable

En quoi Wicho respecte l'environnement :
les teintures des bonnets Wicho sont naturelles.
Un de nos objectifs est de revaloriser les teintures naturelles.
Ces teintures proviennent de matières naturelles
comme des feuilles, racines ou écorces de plantes et d'arbres locaux.
Chacune des plantes utilisée par les artisans produit une couleur différente,
dans une tonalité et intensité différente.
La majorité des teintures utilisées dans la confection des produits Wicho
sont obtenues par ébullition.

wicho et la mode

En quoi esthétique et éthique font bon ménage :
pour attirer les consommateurs, pour accrocher les jeunes,
Wicho a souhaité créer une vraie marque, une griffe.
Son but est de défendre des valeurs
et de respecter l'environnement et le travail des artisans,
tout en proposant des produits répondant
aux attentes de la mode en France et en Europe.
Lier l'aspect esthétique aux valeurs éthiques est donc
un des engagements majeurs de Wicho.





wicho, c'est aussi

Le respect des principes du commerce équitable :
Des conditions de travail et de rémunération décentes
Construction de relations commerciales justes et solidaires
Le désir d'associer le développement économique d'une région et
d'une communauté et la valorisation de ses richesses artisanales.



Contact presse :

Catherine Heurtebise
Adresse email : catherine.heurtebise@club-internet.fr
Tél. : 01 74 71 84 24