

# Beaux en fauteuil roulant

**MODE** Des marques de vêtements et d'accessoires à destination des personnes en situation de handicap revendiquent le droit à la beauté outre celui à la différence

CAROLINE STEVAN  
@CarolineStevan

En feuilletant le livret du Village des créateurs, pouponnière lyonnaise de marques mode et design toutes plus branchées les unes que les autres, le curieux découvre deux sociétés hors normes. Constant & Zoé offre des vêtements «faciles à enfiler», pour les personnes en fauteuil roulant notamment. Odiora propose des bijoux pour appareils auditifs. Les accessoires et habits à destination des personnes handicapées ou différentes auraient-ils quitté la grisaille et le médical pour entrer dans le désirable? Un tour sur internet suffit à s'en convaincre. A défaut d'être nombreuses, plusieurs marques affichent leur modernité et leur créneau sur des sites à l'esthétique travaillée. Citons Nos Ateliers, dédiée aux gens de petite taille, ou U-Exist, personnalisant les prothèses orthopédiques. Sur Facebook, des créatrices imaginent des sacs et des robes de mariée adaptés aux fauteuils roulants. C'est le cas d'Amandine Jacob ou de Camille Boillet, Prix LVMH Jeune Talent en 2016. Et cette semaine, Tommy Hilfiger a présenté sa collection printemps 2018 pour les personnes en fauteuil ou portant des prothèses.

L'histoire, souvent, débute dans la sphère personnelle. Le petit frère de Sarah Da Silva Gomes est handicapé depuis sa naissance. Elle vit au quotidien la difficulté à l'habiller et à le déshabiller. «J'ai cherché des vêtements adaptés, mais il y avait peu de choses et ce qui existait ne le mettait pas en valeur. C'était des vêtements tristes, médicaux», analyse la Française de 28 ans. Alors, étudiante dans une école de commerce lyonnaise, elle consacre son mémoire à ce sujet et crée une entreprise virtuelle. Proposé à divers concours, le projet suscite l'engouement. «Les gens étaient intéressés, soit parce qu'ils connaissaient une personne concernée, soit justement parce qu'ils ne se représentaient pas ce monde et ses difficultés», poursuit Sarah Da Silva Gomes. Il existe des tas d'initiatives visant à faciliter la vie des personnes handicapées dans les transports ou les bâtiments

En 2015, la Haute Ecole d'art et de design de Genève (HEAD) a collaboré avec le Club en fauteuil roulant genevois pour une série de portraits. (HEAD)



publics. Mais avant de prendre le métro pour aller au musée, il faut s'habiller!»

A la fin de ses études début 2015, la jeune femme lance Constant & Zoé. Entourée de spécialistes du handicap et de stylistes, elle propose une à deux collections par an, pour vingt-cinq modèles en totalité. La pièce la plus chère coûte 159 euros seulement, car l'idée est bien de démocratiser ce type de prêt-à-porter. Tout doit être accessible et livrable en deux ou trois jours seulement, contrairement aux vêtements sur mesure répandus dans le secteur. Constant & Zoé, ce sont des manteaux qui s'enfilent par le haut et créent l'illusion d'une veste normale grâce à des boutons cousus sur le devant. Des pantalons sans poches à l'arrière et aux poches plus basses sur les cuisses. Des chemises

à scratch, mais avec une rangée de boutons pour faire comme si.

A l'inverse, Nathalie Birault ne cherche pas à masquer la différence mais plutôt à l'exalter. Malentendante depuis l'âge de 12 ans, elle lance la marque Odiora en 2016, des bijoux volontiers fleuris se positionnant par-dessus les appareils auditifs et implants cochléaires. Sans les masquer, ils les décorent. «L'idée est d'assumer notre différence et d'en parler. Les autres doivent s'adapter à nous également mais, pour cela, ils doivent être au courant. Mes bijoux sont un moyen de parler de son handicap avec élégance», argue la jeune femme. Le concept lui a été soufflé lors d'un séjour à Tahiti, découvrant que la fleur de tiaré est un véritable outil de communication non verbale. «Elle a plusieurs significations

selon la manière dont elle est positionnée. Ma première création a été inspirée par cette fleur exotique. Un jour, j'ai offert un exemplaire à une fillette malentendante. Je l'ai vu tout à coup si heureuse et confiante que cela m'a donné le déclic d'en fabriquer pour les autres.» Et de se souvenir combien il a été dur, à 12 ans, pour l'adolescente coquette qu'elle était, de se mettre à porter ces vilaines coques marron. Pour les enfants, Nathalie Birault a pensé à un doudou également. Théo a de grandes oreilles, un appareil auditif et il cache dans son sac à dos la pochette asséchante nécessaire à l'entretien de sa prothèse.

En Suisse, le designer neuchâtelois Sebastian Muniz a été mandaté par l'Union centrale suisse pour le bien des aveugles (UCBA). Après de nombreux échanges avec les

futurs bénéficiaires, il a dessiné une montre tout en élégance et sobriété, l'Acustica. «C'est l'opposé du monde du luxe car on répond vraiment à un besoin. Pour les personnes malvoyantes, la montre est l'accessoire le plus important après la canne, car elles n'ont aucun repère visuel du temps qui passe.» Sebastian Muniz avait songé à un cadran carré, afin d'étendre la surface de lecture, à une manière nouvelle de présenter les chiffres pour ne pas risquer une mauvaise interprétation avec les tirets des heures. «Chaque fois, ils ont décliné, souhaitant une présentation la plus normale possible, quitte à perdre un peu en efficacité. Cela m'a beaucoup surpris au départ. Et j'ai beaucoup appris», raconte le designer.

Droit à la normalité ou au contraire à la différence, les

démarches diffèrent mais l'objectif final est bien de revendiquer le droit à la beauté. «Autrefois, on était vêtu en fonction de son âge, de sa classe sociale... L'habillement est devenu beaucoup plus ciblé aujourd'hui. Il y a une individualisation de la mode et on laisse davantage le choix aux enfants par exemple, souligne Elisabeth Fischer, responsable du département Design mode et accessoires à la HEAD - Genève. Les gens atteints d'un handicap s'inscrivent dans ce mouvement et souhaitent eux aussi avoir le choix.»

**«C'est l'opposé du monde du luxe car on répond vraiment à un besoin»**

SEBASTIAN MUNIZ, DESIGNER

Mais si le monde des personnes hors normes investit celui de la mode, l'inverse n'est vrai que ponctuellement. «On peut citer Aimee Mullins, super-performatrice du handicap qui travaille comme mannequin, ou H&M, qui met en scène des personnes différentes dans une campagne. Mais ce sont seulement des coups de pub car les personnes handicapées, ou les femmes enceintes pour citer un autre exemple, représentent des catégories hors mode. Le standard n'est pas celui-là», poursuit la spécialiste.

A la HEAD, la question est abordée dans certains cours. En 2015, l'école a collaboré avec le Club en fauteuil roulant genevois pour une série de portraits détonants. Elisabeth Fischer mène la réflexion plus loin. «La société investit dans des rampes, des aménagements pour les personnes en fauteuil. Pourquoi ne pas le faire dans la mode, afin de leur rendre accessibles de beaux vêtements?» ■

## La Torche veut devenir un média satirique numérique de proximité

**HUMOUR** Un système d'abonnement permettra de recevoir trois dessins humoristiques par semaine. La campagne de pré-abonnement s'achève dimanche

Il ne reste plus que quelques jours aux amateurs d'humour pour prendre part à une nouvelle aventure en Suisse romande. D'ici à ce dimanche soir en effet, un collectif appelé La Torche récolte, sur son site web, Latorche.ch, des pré-inscriptions pour recevoir, ensuite, trois dessins humoristiques par semaine. Ils seront souvent accompagnés de billets d'humour et d'autres textes satiriques. Le système est innovant car les dessins seront envoyés directement sur une application pour smartphone.

**Naissance dans le Jura en 2017**

L'aventure de La Torche est née en été 2017, avec l'idée de proposer, dans chaque canton romand, des dessins satiriques locaux. Une campagne de crowdfunding

a permis de lever près de 40 000 francs pour la phase initiale du projet, et la première Torche a vu le jour dans le canton du Jura, où elle compte désormais un peu plus de 700 abonnés. Les utilisateurs de ce service paient ainsi 60 francs par année pour recevoir trois dessins par semaine sur leur téléphone. Chaque canton possède ses propres dessinateurs.

**De nouveaux cantons**

Depuis le 23 mars dernier, les initiants du projet veulent que La Torche essaime dans d'autres cantons. Sur leur site, ils permettent aux internautes de manifester leur intérêt pour que le service soit lancé de manière locale. Mardi après-midi, Fribourg était en tête avec 467 soutiens, devant le Valais (418), Vaud (405), Neuchâtel (315) et Genève (258).

A l'origine du projet, Luc Schindelholz fera le décompte dimanche soir. «Notre but est d'atteindre 500 soutiens par canton, pour y commencer ensuite

nos activités, de manière échelonnée, dès le 23 avril prochain. J'espère que le nombre de soutiens, et ensuite d'abonnés, sera important pour pérenniser le projet.» La Torche rémunère en effet les dessinateurs et Luc Schindelholz a fait ses calculs: l'idéal serait de compter, d'ici à une année, 1500 abonnés par canton, voire 2000 pour mettre de l'argent de côté afin de payer d'éventuels frais de justice en cas de poursuite contre un dessinateur.

**Confiance**

Pour l'heure, l'entrepreneur se veut confiant. «J'espère que le bouche à oreille et l'écho médiatique nous permettront de commencer cette aventure dans plusieurs cantons. Il va de soi que si une Torche cantonale ne compte pas assez d'abonnés, nous rembourserons ceux qui ont déjà payé.» ■

ANOUGH SEYDTAGHIA  
@anouch

PUBLICITÉ

OSR  
ORCHESTRE DE LA SUISSE ROMANDE  
OSR.CH  
022 807 00 00

**JEUDI 19.04.2018 20H15**  
THÉÂTRE DE BEAULIEU LAUSANNE

**Lahav Shani**  
direction

**Radu Lupu**  
piano

**BEETHOVEN**  
Concerto pour piano et orchestre N° 4 en sol majeur op. 58

**BRAHMS**  
Symphonie N° 2 en ré majeur op. 73

Partenaire de diffusion: RTS  
Partenaire radio: ESPACE 2  
Avec le soutien de: Canton de Vaud

VOYAGE ÉVÈNEMENT  
Avec Rémi Quesnel  
Journaliste et grand spécialiste de la Chine.

RUSSIE - MONGOLIE - CHINE

**LE FESTIVAL DES AIGLES**

DU VENDREDI 7 AU VENDREDI 21 SEPTEMBRE 2018

- Rejoindre la Mongolie depuis le Xinjiang, en traversant le massif de l'Altai et son éventail de paysages.
- Explorer Turfan, grande halte de la Route de la Soie, et les roches multicolores de Wucaiwan.
- Aller à la rencontre des Kazakhs de l'Altai et participer à la fête de la chasse à l'aigle.

Prix par personne: CHF 5'800.-, en petit groupe de 8 à 12 participants.

Au Tigre Vanillé • Rue de Rive 8 - 1204 Genève  
Anne-Sophie Silvan • 022 817 37 38  
anne-sophie@autigrevanille.ch  
www.autigrevanille.ch

AU TIGRE VANILLÉ  
CREATION DE VOYAGES