

Noé

le magazine de One Voice

numéro
80

novembre 2015

LES ÉCORCHÉS pour la mode
Leur voix - notre combat

sommaire

p. 3 **Édito**

p. 6-11 **Dossier**
Leur voix, notre combat

p. 12-13 **Pour une vraie vie des animaux**

p. 14-15 **Pour une prise de conscience
des humains**

édito



Nous faisons partie des forces de la nature qui œuvrent pour le renouveau.

Et la nature est invincible. Après l'hiver, le printemps !



One Voice, siège social : BP 41 - 67065 Strasbourg cedex - tél. 03 88 35 67 30
Département administratif et missions : 38 rue Saint-Cornély - 56340 Carnac - tél. 02 97 52 57 00 - fax 02 97 52 57 09
info@one-voice.fr - www.one-voice.fr

Noé n°80 novembre 2015 / Directrice de publication : Muriel Arnal - Directrice de la rédaction : Marité Morales - Secrétaire de rédaction : Amerina Gublin-Diquélou / Rédacteurs : Marité Morales, Amerina Gublin-Diquélou et Christine Sachs / Imprimeur : Imprimerie Laplante (33) - Imprimé sur papier recyclé / Graphisme : Calandre / Dépôt légal : 4^{ème} trimestre 2015 / Numéro d'issn : 1767-882 x / © Images : Couverture ACTAsia, P. 2 Khomulo Anna/Shutterstock.com, p. 3 One Voice, P. 4-5 Illustration Patrice Rambaud, P. 6-7-8-9 ACTAsia, P. 10 iStock.com/Jeff Goulden - DR, P. 11 One Voice - ACTAsia - Jonathan PEARCE/One Voice, P. 12-13 iStock.com/PahaM - Menno Schaefer/Shutterstock.com - My Good Images/Shutterstock.com - iStock.com/ArmanWerthPhotography - Blend Images/Shutterstock.com - Vinogradov Iliya/Shutterstock.com, P. 14-15 room_the_agency/Fotolia - Jenny Sturm/Fotolia - DR - Pixabay.com

Chères amies, chers amis,

C'est bientôt l'hiver. La plus longue nuit du solstice, où précisément quelque chose bascule. Où la lumière commence son ascension vers le printemps. Impossible de ne pas donner sens à cette autre nuit hivernale. Celle des cœurs. Lorsque justement apparaît la peau des innocents, écorchés pour la mode, sur la peau de femmes et d'hommes...remontrés des cavernes. Mais, impossible aussi de ne pas espérer, dans cette longue nuit hivernale, que quelque chose bascule. Que la flamme d'humanité commence son ascension vers le printemps des cœurs.

Car l'espoir palpète tant que nous continuons à œuvrer au plus profond même de cette nuit sans étoiles et sans lune. Cette nuit sans conscience où la plupart des humains sont dangereusement endormis. Des humains pas encore réveillés, comme ceux qui se nichent dans la peau souple, douce et chaude, des innocents - visons, zibelines, renards, rats laveurs, lapins, chats, chiens.

Mais en réalité, que font-ils ? Ils se déshabillent. Ils mettent à nu leur misère. Misère spirituelle. Misère mentale. Misère affective. Leur peau humaine, trop fragile, ne peut plus supporter le long hiver des cœurs. Elle se durcit, se craquelle, part en lambeaux. En réalité, ces humains de la nuit sans étoiles et sans lune cachent des guenilles.

Aujourd'hui encore, où il est vital de changer de paradigme pour être en paix avec les animaux et tout le vivant, les grands prêtres de la haute couture

française, habités par les esprits du marché, prêchent la mode fourrure... ou plutôt les sacrifices sanglants des innocents ! Et leurs fidèles serviteurs s'en repaissent aveuglément.

« Mais il faut protéger les emplois ! » - nous diront-ils. Coincés dans leur logique binaire, ils agiteront le fameux spectre du chômage. Les emplois ou l'environnement. Les emplois ou les animaux. Les emplois ou les humains. Que de sacrifices et de sacrifiés pour lutter, soi-disant, contre le chômage ! Mais il existe toujours une troisième voie, la « voie du milieu », celle de la sagesse. Des concepts entrepreneuriaux éthiques ont déjà été mis en œuvre pour l'environnement. Il y a des reconversions possibles, ou des alternatives, pour ceux qui vivent de l'exploitation animale. La demande de vêtements éthiques est en croissance, même de la part des grandes marques... Dans son travail de labellisation pour des vêtements sans fourrure, One Voice le constate.

Là aussi, il est grand temps de changer de paradigme ! Les flammes d'humanité s'éteignent ou vacillent sur toute la planète, tandis que d'autres se redressent, grandissent ou apparaissent. Quelque chose se renouvellerait-il dans le tréfonds de l'âme humaine ? Les humains seraient-ils en train de muer, de changer de peau ?

La nature nous l'enseigne. Il faut muer, faire des deuils, se transformer, se renouveler, lâcher les vieilles branches, pour grandir en magnificence. La mue, le changement, sont la clef de l'évolution, du progrès. La peau dure du vieil *homo oeconomicus* doit tomber pour laisser la place à celle, douce, d'*homo ethicus*.

Après l'hiver, le printemps ! La nature nous dit le secret de l'espoir. Au dessus de la terre, la stase hivernale, les arbres sans feuilles, le froid, la glace, la neige.

Mais en dessous, invisibles, les forces de la nature travaillent intensément. Les graines s'éveillent doucement, sans bruit, pour éclore au printemps dans un jaillissement multicolore.

C'est vrai. Des personnes humaines, celles qui acceptent la mue, travaillent intensément, patiemment, silencieusement, à réveiller les graines du futur, comme le font les forces de la nature en hiver. Leur humanité flamboie ravivant l'espoir sur les chemins les plus sombres, comme ceux où gisent « les écorchés pour la mode ».

One Voice, vous le savez, travaille pour faire entendre leur voix. Leur voix est notre combat. Un combat de 20 ans. One Voice est à l'école de la nature. Elle travaille, patiemment, intensément, silencieusement, avec ses partenaires en France, en Europe et dans le monde. Car nul besoin de faire du buzz médiatique pour être efficace. En se développant sur les deux fronts, les plus sensibles, notre combat a déjà fait bouger les lignes. L'un est la Chine, pays pourvoyeur du marché mondial, et l'autre, la France, pays leader mondial de la mode. Tout un dossier y est consacré dans ce Noé d'hiver.

Vous le savez aussi, nous travaillerons sans faillir jusqu'à ce moment où quelque chose basculera vers le printemps des cœurs.

Avec vous, fraternellement,



Marité Morales
Vice-présidente,
Directrice de la rédaction

Nous sommes
le renard,

Nous sommes
le chat,

Nous sommes
le chien,

**TOUS écorchés pour la mode,
Une seule et même voix AVEC EUX !**



Nous sommes
le raton laveur,

Nous sommes
le lapin,

Nous sommes
le vison,

De la Chine à la France

La fourrure, une industrie délétère

Dans le monde de l'industrie de la fourrure, deux pays tiennent une place cruciale. La France, leader mondial de la mode fourrure, et la Chine qui élève des animaux, produit les peaux – dont celles de chien et de chat – et en consomment tout autant. One Voice lève le voile sur cette industrie pas toujours transparente mais systématiquement cruelle.



Fourrures chinoises

Les collections des créateurs français ont une grande influence sur la mode internationale. Lorsqu'ils choisissent d'y introduire de la fourrure, ont-ils conscience de ce qu'ils cautionnent ? La Chine est le premier pays du monde pour le commerce et le traitement de la fourrure. Elle fabrique ou transforme plus de 70 % des fourrures achetées sur le marché mondial, dont un septième de l'activité est assuré par la ville de Yuyao, dans la province de Zhejiang (au sud-est de la Chine). Yuyao est aussi le plus grand centre mondial de commerce de la fourrure de vison. Les élevages ont connu un fort développement au cours des 10 à 15 dernières années, sacrifiant plusieurs millions d'animaux chaque année: renards, visons, rats laveurs, chiens, chats et lapins. Mais la Chine est aussi un des pays qui en consomme le plus, malgré une baisse ces dernières années.

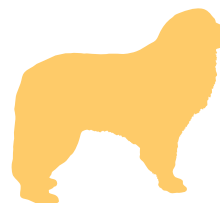
Nouvelle année et mode cruelle

Traditionnellement, c'est à l'occasion du Nouvel an que les chinois se fournissent en manteaux et accessoires en fourrure. En 2010, en prévision de l'année du lapin, One Voice et son partenaire sur le terrain ACTAsia, ont lancé la campagne *Fur Free China* (voir p.8) pour endiguer le commerce des manteaux en fourrure de lapin. En Chine, le jeune public est particulièrement soucieux de la mode et il est crucial de lui montrer pourquoi la fourrure ne doit plus en être une. Peu d'entre eux sont conscients de la brutalité de la mise à mort, comme du fait que les animaux sont dépecés vivants. La problématique de bien-être des animaux commence seulement à

émerger et à être prise en compte, notamment grâce à notre travail en terme d'éducation (voir Noé 71). Les associations de protection animale restent cependant peu nombreuses ; d'une manière générale, on note une certaine indifférence vis-à-vis de la souffrance des animaux dont la législation ne tient pas encore compte. Sensibiliser le consommateur est un chantier d'envergure dans ce pays qui compte 1,3 md d'habitants, soit près de 20% de la population mondiale !

Chiens et chats : les révélations de notre enquête

En Chine, chiens et chats sont exploités sans tabou, à la fois pour leur viande et pour leur fourrure. One Voice, qui a enquêté sur le commerce des chiens pour la viande en 2008, a réalisé avec son partenaire local ACTAsia une nouvelle enquête incluant la fourrure. Il a ainsi été mis en évidence que s'il existait des élevages spécifiques de chiens pour la fourrure et la viande, particulièrement dans les régions du nord de la Chine comme la Province de Shandong, de nombreux animaux étaient également cédés par les fourrières. De nombreux chiens volés sont également envoyés sur les marchés pour leur viande, quand ce ne sont pas directement les municipalités qui commandent une rafle pour se débarrasser de chiens devenus indésirables...



Les peaux de Dogue du Tibet, de Golden Retriever ou Husky sont également appréciées.

Le commerce lucratif des chats errants

Pour les chats nul besoin d'autant d'élevages. Seuls quelques-uns existent, faisant la promotion de leurs animaux pour leur viande et leur compagnie ! Ils bénéficient également d'une image plus positive que leurs congénères canins au point que leur viande est largement moins demandée. Néanmoins, ils sont aussi suffisamment nombreux dans les rues pour y être directement capturés, qu'ils aient un propriétaire, soient perdus ou errants. Ceux qui s'en occupent agissent généralement seuls et de nuit puis les emmènent chez des revendeurs régionaux qui ensuite les conduisent vers les grossistes des régions du sud du pays comme la ville de Guangzhou, dans la province de Guangdong, où ils sont abattus pour approvisionner les restaurants et marchés traditionnels. L'un d'eux que nous avons interrogé a affirmé qu'avec 10 à 15 chats attrapés par nuit, vendus £ 1.50 par chat, il gagnait plus qu'en travaillant comme chef dans un restaurant local...



Il faut environ 12 chiens ou 24 chats pour un manteau

La fourrure grise des Bergers allemands est la plus recherchée. On la retrouve dans le commerce sous l'appellation « renard » ou « raton laveur asiatique » ou encore « loup ».

La fourrure de chien après tannage peut être utilisée pour les vêtements, chapeaux et chaussures. Les parties restantes, par exemple les os, pattes, pénis, (...) peuvent être vendus pour l'utilisation en médecine traditionnelle chinoise. (publicité sur le site d'un élevage chinois).

Souffrance et pollution

La réalité de l'industrie de la fourrure est bien loin de l'image lisse de la mode luxueuse qu'elle évoque. Dans les cages exiguës des élevages, les animaux souffrent bien avant leur mise à mort.

Lorsqu'ils sont malades ou blessés, les animaux exploités pour leur fourrure ne sont pas soignés, la rentabilité de l'élevage en dépend. Or leurs conditions de vie ne sont guère favorables. Avec l'objectif unique de produire une fourrure la plus belle possible, on les soumet à un cauchemar quotidien, notamment en les laissant exposés au froid... Leur peur de l'humain est sans limite. En Chine, ces conditions terribles que l'on trouve aussi dans les élevages européens sont aggravées par l'indifférence générale du public et le désintérêt des autorités. Leur abattage est d'une indicible cruauté : ils sont écorchés vivants car il faut aller vite pour ne pas abîmer la peau.

L'accumulation des excréments, du sang et des carcasses des animaux morts ne sont pas sans conséquence. Les dégâts environnementaux de l'industrie de la fourrure sont comparables à ceux de l'élevage intensif. Comme lui, elle pollue les eaux et contribue au réchauffement climatique... Sans parler des conséquences sur ceux qui s'occupent de traiter (avec du chrome notamment) ou teindre les fourrures, et qui sont particulièrement vulnérables en Chine car aucune réglementation ne les protège.



Le dernier rapport publié par l'Association chinoise de l'industrie du cuir montre que la production de peaux de vison, renard et raton laveur a grimpé en 2014, avec 60 millions de peaux de vison, 13 millions de peaux de renard et 14 millions de peaux de raton laveur, en hausse de 50%, 30% et 16,7% respectivement sur l'année



L'action de One Voice en Chine : à la source du marché de la fourrure



En Chine, One Voice est partenaire d'ACTAsia pour faire évoluer le regard que portent les Chinois sur les animaux, notamment grâce à notre programme éducatif, et obtenir une législation qui les protège. Avec la campagne *Fur Free China*, elle agit concrètement pour stopper le développement du marché de la fourrure.

Agir à la source

Depuis 2010, One Voice travaille avec ACTAsia, son partenaire sur le terrain, à faire évoluer le sort des animaux en Chine. Parce que la Chine tient une place importante sur le marché mondial de la fourrure en l'alimentant (voir p.6), nous avons dès le début associé nos efforts pour la campagne *Fur Free China* (tr. : pour une Chine sans fourrure) menée par la *Fur Free Alliance* (FFA) dont One Voice est membre français et ACTAsia, membre chinois. Tarir cette source est d'autant plus crucial qu'il n'y a en Chine aucune considération pour les animaux qui ne sont pas protégés par la loi. La seule solution est donc de faire évoluer les mentalités pour que le public se mobilise en faveur d'une législation contraignante. Aujourd'hui les éleveurs font ce qu'ils veulent ! Depuis 2012, avec *Caring for Life* (voir Noé 71), nous combattons les cruautés envers les animaux en éduquant les jeunes générations à la bienveillance envers toute forme de vie.

Une campagne ciblée sur le public

Fur Free China veut faire significativement diminuer la cruauté et les souffrances infligées aux animaux utilisés pour le commerce de la fourrure. Rappelons qu'il s'agit autant des animaux sauvages élevés dans des conditions sordides que des chiens et des chats à l'origine souvent incertaine comme l'a montré notre investigation (voir p. 6). Pour cela, *Fur Free China* s'est fixé comme objectif premier d'obtenir la mobilisation des chinois eux-mêmes. Il s'agit donc des les sensibiliser à la souffrance et à la cruauté endurées par les animaux exploités pour leur fourrure et les inciter à dire non aux produits qui en proviennent. Pour cela, sont utilisés autant que possible les réseaux sociaux et autres moyens de communication en ligne. L'engagement à ne plus acheter de fourrure d'un minimum de 50 000 personnes est aussi visé. Pour soutenir cette campagne, 50 célébrités sont mobilisées afin d'alerter un plus grand nombre de personnes sur la problématique.

La création d'un réseau d'associations de protection animale ainsi que l'engagement des réseaux étudiants permet déjà d'intervenir dans un grand nombre de villes. Les détaillants aussi sont visés, notamment via le projet *International Fur Free Retailers* relayé en France par One Voice (voir p.10). Les marques, les couturiers chinois et l'industrie chinoise de la mode sont ainsi incités à promouvoir des produits sans fourrure.

De belles avancées

Dès son lancement en 2010, à l'occasion de l'année du lapin, *Fur Free China* a suscité l'engouement des internautes avec 1,5 millions de sympathisants sur la page fourrure de l'équivalent chinois de Twitter...

Signe que la communication est efficace, les célébrités portant de la fourrure essuient désormais les protestations du public sur Internet. L'une d'elle a même fini par renoncer à porter son long manteau pour le tournage d'une émission à forte audience.

Depuis 2011, un site Web en chinois, spécifique à *No Fur China*, a été mis en place pour informer les consommateurs et les militants (<http://nofurchina.actasia.org/>). Le développement du réseau, qui a pris de l'ampleur dès 2012, a permis l'organisation d'ateliers de formation et suscité l'intérêt des médias. Des contacts soutenus ont été organisés avec des célébrités, des revendeurs de fourrure et les industriels concernés. Ainsi, plus de 60 événements et activités de sensibilisation du public ont pu être organisés chaque année dans plus de 16 provinces. Des personnalités telles que le champion chinois de badminton Gong Jie ou la vedette de télévision de Hong kong, Joyce Chen, ou encore le créateur de mode Zhang Xin Ke (Ciseaux d'or de Chine) et le fameux chanteur et couturier Wang Fei Fei soutiennent nos actions.





Le programme *Caring for life* a été introduit dans les programmes de nombreuses écoles publiques et a déjà inspiré plusieurs milliers d'enfants, de parents et d'enseignants. Plusieurs centaines d'éducateurs sont actuellement en formation pour répondre à la demande de nouvelles écoles d'adhérer au programme. La révolution est en marche !

Un résultat qui se lit sur le marché international

A l'automne 2014, nous vous annoncions sur notre site une conséquence directe de notre travail en Chine. L'industrie de la fourrure annonçait une chute vertigineuse des prix des fourrures de vison, mettant à mal les élevages européens qui exportent une majorité de leurs manteaux vers la Chine. C'est bien là les premiers signes de la désaffection des chinois fortunés, et plus généralement de la jeune génération, pour ce type de produits. La sensibilisation porte ses fruits, les mentalités évoluent et, peu à peu, les consommateurs contraignent par leurs choix l'évolution des pratiques. Il faut surtout persévérer car l'industrie de la fourrure est aux aguets. Ensemble, nous pouvons mettre un terme à ce commerce de la souffrance !



Des étudiants en action pour une Chine sans fourrure



No Fur China : retour sur cinq ans d'actions

2010

- Lancement de la campagne No Fur China sur un des plus grands réseaux sociaux en ligne du pays.

2011

- Création du dossier de campagne et mobilisation des associations de protection animale pour mener des activités dans leur ville respective, lesquelles devaient coïncider avec la nouvelle année du lapin.

- Lancement de la campagne No Fur China.

- Organisation de deux conférences de presse.

- Des célébrités ont soutenu notre campagne avec des événements en ligne et hors ligne.

- Des célébrités qui portaient de la fourrure ont essuyé les protestations du public sur Internet.

- Mise en place d'un nouveau site Web d'information en chinois, spécifique à No Fur China, pour les consommateurs et les militants.

2012

- Continuation des activités de 2011 : utilisation des ressources en ligne pour développer notre réseau, ateliers de formation, contacts soutenus avec les médias, les célébrités, les revendeurs de fourrure et l'industrie de la fourrure.

- Plus de 60 événements et activités de sensibilisation du public.

- Lancement du programme Fur Free Retailer en Chine

2013

- Continuation des activités de 2012

- Organisation d'un workshop à destination des étudiants et des associations locales pour expliquer notre stratégie et notre expérience en matière de sensibilisation des consommateurs potentiels de fourrure.

- Couverture médiatique de notre campagne dans un programme télé et divers sites en ligne

- Réalisation d'une enquête sur la fourrure de chiens et de chats

2014

- Continuation des activités de 2013

- A Wuhan, 44 étudiants provenant de 19 provinces différentes et 200 étudiants et volontaires locaux ont inauguré une nouvelle année de campagne en parcourant la ville à vélo habillés en animaux, attirant ainsi l'attention des média locaux.

- D'autres étudiants ont couru le marathon de Guangzhou au nom de la campagne

- Organisation du premier Fur Free Fashion Show en Chine

2015

- Continuation des activités de 2014

One Voice combat en France l'industrie de la fourrure



En France, One Voice multiplie les actions depuis ses débuts pour mettre un terme à l'industrie de la fourrure. Aujourd'hui, au sein de la *Fur Free Alliance*, elle met en place un programme de labellisation pour identifier les points de vente qui refusent d'en être les complices.



Un programme international

Le *Fur Free Retailer Programme* (FFR), que met en place One Voice en France, a été développé au sein de la *Fur Free Alliance* (FFA), une coalition d'associations internationales. Il a pour objectif de permettre aux consommateurs d'identifier facilement, grâce à un label, les enseignes qui font preuve de compassion en refusant de vendre de la fourrure animale. Pour être labellisée, une enseigne doit s'engager par écrit. Il ne s'agit donc pas seulement des collections en vente à l'instant T, mais bien d'une garantie à long terme... En prenant ainsi publiquement position contre la mode de la fourrure, les marques ont l'occasion de s'opposer à la violence et à la cruauté tout en joignant leurs efforts aux nôtres pour que soit mis un terme à une mode dépourvue d'éthique...

De grandes enseignes s'engagent

Grâce au travail de la FFA, de nombreuses enseignes se sont déjà engagées à ne plus commercialiser de fourrure. Parmi elles, on en retrouve certaines qui sont présentes en France telles que C&A, Esprit, Geox, Zara, Lidl, H&M, M&S... Le travail de One Voice consiste donc à obtenir l'adhésion d'entreprises françaises. Si le programme vient juste de débiter, plusieurs ont répondu favorablement à nos premières sollicitations. Il va donc s'agir désormais d'obtenir leur engagement officiel, pour permettre leur labellisation. Un processus que One Voice connaît bien, avec les labels orange et bleu qui portent son nom...

Refuser d'être complices

Choisir de s'habiller auprès d'enseignes qui se sont engagées à ne pas vendre de fourrure, c'est un choix à la fois éthique et environnemental (voir p.6). Mais c'est aussi choisir de ne pas soutenir l'activité commerciale de ceux qui restent complices de l'industrie de la fourrure. Ce faisant, nos choix de consommateurs peuvent orienter le marché vers plus de respect envers les animaux... Les industriels répondent à la demande, si celle-ci évolue, ils adaptent leur offre. La fin du cauchemar pour les milliers d'animaux écorchés est à portée de main !

Hugo Boss pour un luxe éthique !

En 2015, la FFA obtenait l'engagement de Hugo Boss d'abandonner la fourrure véritable dans ces collections dès la saison automne/hiver 2016. Dans ses collections actuelles, on trouvait aux côtés d'alternatives éthiques, telle que la fourrure synthétique, de la fourrure de chiens viverrins, espèce dont on sait que les individus sont écorchés vivants en Chine... Hugo Boss déclare clairement vouloir faire de cette opportunité l'occasion de créer une nouvelle forme de luxe qui met en avant les alternatives à la fourrure et au cuir qu'il nomme respectivement "friendly fur" et "friendly leather".



→ Soutenez notre programme !

Pour soutenir le *Fur Free Retailer Program*, écrivez à vos marques françaises préférées pour leur demander de s'engager ! Et retrouvez les enseignes déjà labellisées sur le site (en anglais) : <http://www.furfreetailer.com/>

1 : Fur signifie fourrure et leather signifie cuir en anglais, friendly peut se traduire par amical.

One Voice contre la fourrure

Depuis sa création il y a 20 ans, One Voice lutte contre la mode cruelle de la fourrure et son industrie à travers le monde. Retour sur les moments forts.

1

● Notre première campagne européenne est lancée aux côtés de PETA dès 1996 avec le soutien du prince Sadruddin Aga Khan et de la princesse Catherine. Elle recevra l'appui de la chanteuse Sapho et de Pascal Brunner mais aussi des créateurs Balenciaga, Moschino, Marine Stbon et Oleg Cassini. Le 24 octobre 1998, nous organisons la première journée européenne contre la fourrure au cours de laquelle notre parrain Théodore Monod défilera avec nous.



● Le 24 octobre 2002, Cabu est à nos côtés dans le cadre de notre campagne pour sauver les bébés phoques. C'est lui qui remet les 19 493 signatures aux représentants de l'ambassade du Canada. En 2009, One Voice relaie en France le boycott international des produits de la mer canadiens. Elle mobilisera les restaurateurs français contre la chasse aux phoques en 2010.

5

2

● Des actions sont réalisées dans plusieurs villes de France en partenariat avec PETA, notamment « Plutôt morts qu'en fourrure » avec le soutien de Stella McCartney et « Nous ne sommes plus à l'âge des cavernes ». Cette dernière fera la Une des médias en 1998 et sera reconduite plusieurs hivers de suite. One Voice/Talis envoie plus de 300 exemplaires des images de l'enquête réalisée par un militant de PETA dans un élevage de l'Illinois à des journalistes et des professionnels de la mode.



● En 1999, nous réussissons à empêcher l'agrandissement d'un élevage de visons en Alsace. Quelques années plus tard, en 2003, One Voice sauvera 33 chinchillas d'un élevage croate et obtiendra sa fermeture. Elle poursuivra son investigation en France dans deux élevages de visons qui révélera l'horreur de leurs conditions de vie. Muriel Arnal en témoignera dans une interview donnée à France 5.

6

3

● En 1999, One Voice lance, avec la fondation du prince Sadruddin Aga Khan, une campagne inédite dénonçant le sort des chiens et des chats écorchés vifs en Chine et en Thaïlande pour leur fourrure vendue en France et en Europe. En 2000, Muriel Arnal représente la France lors d'une conférence de presse de la FFA sur ce sujet au Parlement britannique. Nous obtiendrons l'interdiction de ce commerce.



● One Voice organise le 18 novembre 2006 une grande manifestation unitaire au Trocadéro pour laquelle elle a invité toutes les associations à participer à une marche silencieuse et non violente. La forme évoluera et, en 2009, un grand cercle de silence naîtra place de Innocents à Paris.

7

4

● Après que Muriel Arnal ait débattu en 2001 sur France 2 avec le président de la fédération des fourreurs, One Voice décidera de financer le défilé de Katherine Pradeau en 2002. Cette jeune styliste ne reçoit que très peu de subventions car elle refuse d'utiliser de la fourrure. Ses modèles porteront nos badges contre la fourrure lors des défilés et notre message sera diffusé sur ses invitations.



● One Voice s'associe avec ACTAsia dès 2008 pour améliorer le sort des animaux en Chine. Le programme *Caring for Life* est lancé en 2012 avec pour objectif d'éduquer les jeunes générations à la bienveillance envers toute forme de vie. L'engagement de Kiki, une fillette de 7 ans qui a non seulement distribué les badges *No Fur China* mais expliqué pourquoi il fallait refuser la fourrure à ses camarades, a rapidement fait des émules. Son école est devenue l'un des établissements pilotes du programme et Kiki a reçu le titre de meilleure ambassadrice de *Caring for Life* !

8

RENARD

C'est en famille que vivent les renards ! Et parfois même en groupes sociaux lorsque les ressources sont suffisantes. Certains sont monogames et forment des couples durables. Très intelligents, ils savent s'adapter à de nombreux milieux. Certains sont même parisiens ou londoniens ! Quant aux renards arctiques, ils sont maîtres en cohabitation. En présence de renards roux, ce qui est de plus en plus souvent le cas à cause du réchauffement climatique, ils modifient leur régime alimentaire en préférant les lemmings aux campagnols. Plus petits et moins agressifs, ils s'évitent ainsi de nombreux problèmes !



Lapin

Que c'est riche la compagnie d'un lapin ! Il reconnaît ses proches et vient lorsqu'on l'appelle car il reconnaît très bien son nom. Il aime jouer et sait le faire comprendre, aussi bien qu'il sait réclamer des câlins... Coups de tête et course poursuite, on ne reste pas indifférent. Mais Monsieur (ou Madame) Lapin nous fait aussi savoir lorsqu'il est en colère. Il n'aime pas qu'on l'écarte et manifeste sans hésitation sa jalousie pour revenir au centre des attentions... Un amour de lapin !



Vison

Le bonheur pour un vison ne se conçoit qu'avec de l'eau. Il y passe 75% de son temps. Se baigner fait partie de ses priorités ! A tel point que des chercheurs l'ont prouvé. Dans une étude, des visons détenus dans des cages standards ont été entraînés à pousser des portes lestées pour avoir accès à différentes ressources telles qu'un tunnel, une plateforme surélevée, un second nid et une petite piscine où nager. Les chercheurs ont fait varier le poids à soulever pour ouvrir les différentes portes. Certains enrichissements comme le tunnel ou la plate-forme n'étaient utilisés que lorsque l'effort requis était bas. Pour la piscine en revanche, les visons n'ont eu de cesse d'accroître leurs efforts pour continuer à l'utiliser. Les auteurs ont conclu à leur frustration dans les élevages pour la fourrure où ils en sont privés...





Raton laveur

Les ratons laveurs ont plus d'un tour dans leur sac ! Ce sont de sacrés coquins, habiles de leurs mains et particulièrement gourmands... Ils savent crocheter des serrures complexes et se souvenir de la solution pendant trois ans. Rien d'étonnant donc qu'à Toronto, la faim aidant, ils prouvent régulièrement leur capacité à résoudre des problèmes. Nul n'y est plus doué qu'eux pour réussir à ouvrir les poubelles malgré les multiples dispositifs de fermeture mis en place !



Chat

Les chats nous aiment ! Chacun à sa façon. Et s'ils reconnaissent très bien notre voix et savent identifier leur compagnon humain, rien ne dit qu'ils viendront si on les appelle... Le chat est libre et entend le rester ! Il partage notre vie et a besoin de nous mais il est fondamentalement indépendant. Essayer de le soumettre c'est le rendre malheureux. Mais quoi de mieux que d'être simplement complices ?



Chien

Les chiens sont des trésors qui vivent à nos côtés. Mieux que quiconque ils ont appris à nous comprendre. Comment s'étonner alors que Chaser, une Border Collie adoptée par un universitaire à la retraite, ait appris plus de 1000 mots et comprennent des structures syntaxiques différentes ? Quand nous leur parlons, ils nous écoutent, eux...

Dans la peau d'un autre...

Réflexions sur la fourrure

Par Christine Sachs



À notre époque où l'homme traque le poil sur son corps, il continue de massacrer des animaux pour se parer des leurs...

N'y a-t-il pas un paradoxe entre cette hantise d'effacer le poil, considéré comme signe d'animalité et ce désir de fourrure ?

Sous couvert de supériorité, Homo sapiens ne souffrirait-il pas d'un complexe d'infériorité ?

Singe nu et vulnérable, le port de la peau d'un autre lui donne l'illusion de s'approprier sa force ou sa beauté. Mais n'est-ce pas aussi l'aveu d'un regret, celui de son divorce avec la nature ?

De la nature à la culture

Apanage avec la nudité de l'homme primitif, la fourrure renvoie à la nature par opposition à la culture. Ainsi, dans l'Antiquité classique, le port de « peaux de bêtes » était réservé aux « barbares » décrits également comme « hirsutes ». Si, dès la fin du néolithique, la fourrure n'est plus une nécessité de survie pour l'homme, il semblerait que très vite, son port ait été investi d'une fonction autre qu'utilitaire. Pour les « barbares », porter la peau d'un ours, d'un loup ou de n'importe quel grand prédateur permet de s'attribuer sa force, son courage, son intelligence... trois qualités du leadership dont la fourrure va devenir dans un premier temps le symbole. Néanmoins, ce n'est qu'au Moyen-âge que la « peau de bête » fait partie de l'apparat royal européen.

La fourrure, un cocon protecteur...

La fonction principale de la fourrure est la protection. Contre le froid, la chaleur, les attaques. Elle est, avec les mamelles, l'attribut des mammifères. En tant que tels, les hominidés bénéficiaient eux-aussi de ce cocon naturel. Sa perte semble avoir été amorcée il y a 1,6 millions d'années. Il semble qu'ils ne s'en sont jamais remis, investissant de codes et de tabous les poils qui leur restaient. Et, surtout, malheureusement pour les autres mammifères, ayant perdu leur précieux pelage, les hommes se sont mis à lorgner sur le leur...



Symbole de puissance et de luxe

Mais pas n'importe quelle « bête » ! Celles des ours et des loups considérés comme trop sauvages, c'est au tour des hermines et autres mustélidés, symboles de pureté et d'intégrité, de servir la vanité. Car les vêtements sont d'autant plus chers qu'il faut un nombre important d'animaux pour les confectionner !

À l'époque dite moderne, la fourrure, liée au pouvoir économique, devient symbole de réussite sociale. Au XIX^e siècle, l'industrie de la fourrure apparaît et avec elle, le système d'élevage d'animaux sauvages pour leur peau. Par exemple l'élevage de renards ne date que de 1898. Désormais les dépouilles de ces malheureux sont le comble de l'élégance dans les milieux raffinés !?



Douglas Volk, *Marion*, 1914, University of Rochester.



Symbole de beauté

Il est vrai que le peu de poils qui reste sur le dos des humains fait pâle figure par rapport à la luxuriance arborée par les animaux.

Le visage et le corps presque glabres, l'homme utilise toute sorte de subterfuges pour se rendre plus attrayant : tatouages, maquillages, métaux et pierres précieuses. Malgré tous ces artifices, les plumes, les dents et le pelage des animaux continuent d'exercer une fascination qui a la peau dure. La fourrure est symbole de beauté.

Le problème est que cette beauté n'est réelle que sur le dos de l'hermine, du vison, du renard etc. Sur le dos de l'homme, elle n'est qu'une dépouille, un simulacre.

La fourrure, masque ou révélateur ?



Symbole de pouvoir, de luxe et de beauté, la fourrure révèle les insuffisances de l'humain qui la porte et qui pense ainsi masquer son impuissance, sa misère et sa laideur. Non la fourrure ne rend pas plus puissant, ni plus riche, ni plus beau. Elle sonne comme un aveu. Aveu de vanité, d'égoïsme, de vénalité et de misère morale. En ayant la peau d'un animal sur le dos, l'être humain révèle son incapacité de « se mettre dans sa peau », son incapacité à l'empathie et surtout son infinie souffrance par son exclusion volontaire de la Nature. Car ce désir de fourrure ne serait-il pas symptomatique d'un rapport pa-

thétique à la Nature ? La puissance, la richesse et la beauté, symboles de la fourrure ne sont-ils pas les qualités de la Nature ? Cette Nature si puissante, si riche, si belle. Cette Nature de laquelle l'Homo sapiens ne cesse de vouloir s'affranchir alors même qu'il en fait inextricablement partie ?


La nostalgie de l'homme des bois

L'allergie actuelle aux poils n'est que l'écho de la fascination-répulsion pour l'homme des bois, le sauvage. Et pourtant entre le sauvage et le civilisé, le barbare n'est pas celui que l'on croit...

Tout au fond de chacun, il y a une aspiration à une réconciliation. Cela ne signifie pas une récession mais plutôt une évolution. Absorbé par sa quête d'avoir, l'homme a oublié d'être et a perdu tout respect de la vie et de lui-même. Or c'est seulement en étant que l'homme acquerra sa puissance, sa richesse et sa beauté sans avoir besoin de piller, d'esclavagiser ou de massacrer. Chaque être renvoie en miroir la beauté de l'autre.

2015 : la fourrure à la mode

Le regain actuel de la fourrure dans l'industrie de la mode est symptomatique de la crise dans laquelle l'espèce humaine se trouve. A l'heure d'un choix crucial entre un système économique destructeur et l'adoption d'un nouveau paradigme salvateur, notre société oscille, tergiverse, temporise. Pire, certains se servent de cette situation pour jouer sur les deux tableaux. Conscients de l'indécence et de l'obsolescence de leur production, les industriels de la fourrure ne cessent de manigancer pour la refourguer. Ils se targuent de produire une matière respectueuse de l'environnement car naturelle et biodégradable, une matière obtenue sans souffrance des animaux car de leur bien-être dépend la qualité de la matière etc.



À ces arguments
frauduleux répliquons :
je suis puissant,
je suis riche, je suis beau,
sans vos oripeaux...
car je respecte la vie !

1. Voir à ce sujet : Nina Jablonski, *L'homme : un singe à un poil près*, Dossier pour la Science, n°86, 2015, p.76-80.

2. Florent Pouvreau, *Du poil et de la bête*, iconographie du corps sauvage en Occident, à la fin du Moyen Âge, Monts, CTHS, 2014.



Pour perpétuer votre engagement

Hier, aujourd'hui, demain... nous écrivons ensemble le Grand Livre des animaux. Rien ne doit l'interrompre. Nous écrivons leur droit de vivre, d'être libres, de ne pas être torturés !

Nous l'écrivons dans la vision globale d'une planète apaisée. Une planète où l'humain réintègre sa place au sein de la nature, fraternellement.

Nous devons voir loin...

Pour One Voice

L'assurance-vie s'adapte parfaitement à la vision, l'éthique, et aux axes de l'association qui, pour être libre de sa parole et de son action, aujourd'hui comme demain, ne fonctionne qu'avec des dons.

Pour vous

L'assurance-vie pour One Voice, c'est aussi pour vous l'assurance que vos animaux seront pris en charge par l'association dans le plus strict respect de vos souhaits.

L'ASSURANCE-VIE, comment faire ?

Il vous suffit de contacter votre conseiller bancaire ou votre assureur pour lui indiquer votre volonté de désigner ONE VOICE comme bénéficiaire de votre assurance-vie, ou aux côtés d'autres éventuels bénéficiaires :

- soit dans un nouveau contrat d'assurance-vie
- soit dans un contrat auquel vous avez déjà souscrit, pour lequel vous demanderez une modification au profit de One Voice.

Le capital transmis est exonéré d'imposition. Vous pourrez revenir sur vos choix à tout moment.

[Michèle, Responsable des relations, est à votre écoute au 02 97 52 57 00 pour apporter des réponses à toutes les questions que vous vous posez concernant l'assurance-vie.]