

18 juillet 2003

Cybercommerce dans une prison allemande



Que des vêtements produits pour des détenus par des détenus puissent se vendre sur l'internet comme des articles de mode, Ulrich Fehlau, qui dirige les ateliers du pénitencier de Berlin-Tegel, n'en avait jamais rêvé. Jusqu'à ce qu'il se laisse convaincre de tenter l'expérience. La prison de Tegel vient de créer sa griffe, "Haefling" ("détenu"), et cette collection d'un genre particulier est distribuée par une cyberboutique, sur le site www.haefling.de.

Depuis son lancement le 11 juillet, le succès du site est "énorme" et les commandes s'accumulent, affirme Ulrich Fehlau. A tel point qu'il est difficile de répondre à la demande dans les temps, ajoute-t-il. Il faut compter "presque deux mois" avant d'espérer pouvoir enfiler la chemise rayée à col Mao du pénitencier de Tegel ou l'une de ces vestes en toile coton déclinées en sept couleurs: kaki, orange, bleu "Alaska", bleu "Air Force", vert olive, noir ou brun.

Une cinquantaine de détenus s'activent dans les ateliers de confection et de maroquinerie qui produisent la collection "Haefling" du pénitencier de Tegel, un des plus grands d'Europe avec plus de 1.660 pensionnaires et 950 surveillants. Ils reçoivent entre 7,71 et 12,85 euros par jour d'indemnités pour leur travail, selon une réglementation en vigueur dans les prisons allemandes.

Les produits, en fait, "existent depuis longtemps et sont portés par les détenus", notamment dans les divers ateliers de la prison, explique M. Fehlau. La prison compte quinze ateliers, de la boulangerie à la serrurerie. Mais personne n'avait pensé jusqu'alors à créer une véritable marque. A l'origine, l'idée a germé dans une petite agence de publicité berlinoise, qui, en effectuant des recherches pour un concours d'affiches, a

"découvert le potentiel de ces produits", selon les termes de Stephan Bohle, directeur créatif de

Herr Ledesi GmbH: "Ils sont beaux, simples, bien faits, de sorte qu'on peut tout à fait les vendre comme des articles branchés", souligne-t-il.

"Nous avons préparé un concept que nous avons présenté à l'administration de Tegel. Ils étaient épatés", confie Stephan Bohle. L'affiche conçue représente un détenu posant pour la photo d'identification, avec une pancarte dans les mains. Au lieu de décliner ses nom et prénoms, cette dernière indique: "Chemise. 29 euros". A côté de la photo, la chemise en question et la signature: "Haefling. Jailwear since 1898" (vêtements de prison depuis 1898, date de l'entrée en service de la prison). Le mannequin n'est pas un détenu, mais "par souci d'authenticité", il s'agit quand même d'un condamné en liberté conditionnelle.

L'agence s'est bornée à conseiller quelques modifications, par exemple "en élargissant la palette des couleurs des vestes", précise M. Bohle. Les prix sont attractifs, comparés à ceux de la concurrence classique: 32 euros pour une veste, 25 euros pour une paire de chaussures de sport en cuir brun à bandes bleues... Car la législation allemande exempte les pénitenciers de la taxe sur la valeur ajoutée.

Son agence n'est pas parvenue à remporter le concours d'affiches à l'origine du projet, regrette Stephan Bohle. Mais le projet mène désormais une vie indépendante et a largement dépassé son but initial. "Nous allons avec certitude créer beaucoup de travail et d'emplois à Tegel", souligne le publicitaire. Le pénitencier compte 40% de détenus sans travail.

YANN OLLIVIER (AFP)

La Vie du net du vendredi 18 juillet 2003

© Rossel et Cie SA, Le Soir en ligne, Bruxelles, 2002