

# LE SPORT

## comme vecteur d'inclusion

**Joueuse de l'équipe nationale de rugby, étudiante en Master à la HEG de Fribourg, coach et cheffe d'entreprise... À seulement 26 ans, Julie Gaudin jongle entre ses mille et une vies avec une légèreté presque déconcertante. Passionnée mais réfléchie, elle nous parle de sa marque de sport responsable et inclusive, qu'elle vient de lancer au sein du Atawa Project.**

Par **Carole Berset**

### – Comment est née l'idée du Atawa Project?

J'ai toujours voulu être entrepreneure pour développer mes propres projets. Lors du premier confinement, alors que je me préparais aux championnats d'Europe de rugby, les compétitions ont été annulées, mes projets professionnels repoussés. C'était le moment idéal pour se lancer. Au départ, tout est parti d'un constat: mes vêtements de sport étaient presque tous fabriqués en Asie et mon envie était de créer une marque exclusivement produite en Europe, vendue à un prix abordable. Je souhaitais aussi intégrer tout de suite une dimension écologique, inclusive et sociale au projet, en proposant des habits en partie recyclés, pour toutes les morphologies, et en collaborant avec des associations professionnelles, par exemple.

### – Comment êtes-vous passée de l'idée à la réalisation?

L'un des fils conducteurs du Atawa Project est de permettre aux sportifs – amateurs et professionnels – de consommer moins, mais mieux. Au delà de l'aspect technique des vêtements que je voulais légers, fonctionnels et de très bonne qualité, j'ai donc imaginé un design simple et intemporel, qui ne se démode jamais. J'ai ensuite réalisé des échantillons et suis partie en quête de fournisseurs potentiels. Pour mettre toutes les chances de mon côté, j'ai également suivi un cours de «fashion management» en parallèle de mon Master. Ce fut un travail de longue haleine, mais petit à petit, tout s'est mis en place jusqu'au lancement de la collection Active et du site e-commerce, en mai 2022.

### – En quoi l'inclusion (sociale) est-elle l'une des valeurs fondamentales de votre projet?

Si la gymnastique artistique que je pratiquais petite a été une école de vie, elle n'en reste pas moins un sport individuel. 10 Lorsque j'ai commencé le rugby, j'ai dû apprendre à jouer



avec les autres et à développer des valeurs d'inclusion, voire de solidarité. Et puis, de manière très concrète, il y a beaucoup de diversité dans le rugby: diversité des corps, des âges... Je souhaitais que ma marque reflète et valorise ces différences, qui font de nous des êtres véritablement uniques. Mes vêtements vont ainsi du XS au triple XL, et sont présentés sur le site uniquement sur des personnes comme vous et moi – et non sur des mannequins. D'autre part, j'avais également envie de permettre à des jeunes de travailler sur un projet concret. Mon partenariat avec l'Orif, qui est une association professionnelle pour les jeunes en difficulté et en situation de handicap, a donc été une évidence. C'est eux qui gèrent toute la partie logistique et je suis très fière d'être leur première cliente!

### – Quelles sont vos ambitions pour le Atawa Project?

Bien plus qu'une marque de vêtements, le but du projet est fondamentalement social. À terme, mon petit rêve serait de pouvoir ouvrir un centre sportif. Ce serait aussi une manière pour moi de redonner à la société ce qu'elle m'a donné grâce au sport, en offrant la possibilité à d'autres personnes de pratiquer l'activité de leur choix. J'aimerais aussi m'engager à soutenir financièrement des équipes sportives professionnelles avec peu de moyens, afin de maximiser leurs chances de se réaliser. Plus le projet grandira, plus il me permettra d'investir mes engagements éthiques, sportifs et sociaux.

[www.atawaproject.com](http://www.atawaproject.com)