

# **Diffusion, production et consommation de la Mode: un système cyclique?**

Mémoire de DNSEP,  
Ésad Amiens, 2022-2023,  
Lauryn Vasseur



5 • 7	<b>Introduction</b>
8 • 27	<b>État des lieux du monde de la Mode : pourquoi la nouvelle génération s'éloigne des systèmes cycliques ?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rupture avec le système de cycles établis</li><li>• Reconstruction de cycles plus vertueux</li></ul>
29 • 78	..... <b>Iconographies et discussions</b> .....
80 • 103	<b>Victime de la mode : des cycles établis ou des cercles vicieux ?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concevoir la Mode</li><li>• Fabriquer et diffuser la Mode</li><li>• S'approprier la Mode</li></ul>
104 • 123	<b>Remise en question : pouvons-nous ou pourrons-nous encore parler de Mode ?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Revêtir des vêtements hors cycle</li><li>• Concevoir, consommer, diffuser et porter des vêtements différemment</li></ul>
125 • 162	..... <b>Iconographies et discussion</b> .....
164 • 165	<b>Conclusion</b>
166 • 173	<b>Bibliographie</b>



# Introduction

La Mode, le design textile, les vêtements sont présents au quotidien. Ils sont au point de contact entre la société et l'individu. Nous entretenons avec les vêtements des relations intimes, des expériences matérielles, sensorielles, émotionnelles et identitaires. Les vêtements des plus exceptionnels comme des plus banals sont des prismes à la fois politiques, intimes, artisanaux, industriels, économiques, sociologiques ou encore écologiques au travers desquels nous pouvons observer la société à une certaine époque. Dans ce mémoire, je vais questionner le rapport que ces thématiques, liées aux vêtements, entretiennent avec la notion de cycle, mais aussi la façon dont la Mode se construit selon un système cyclique.

Tandis qu'en France, « mode » est utilisé à la fois pour parler des manières de se comporter, d'utiliser, de porter telle chose ou telle autre, autrement dit ces choses sont « à la mode » ou sont « tendance » à une certaine époque et lieu, mais aussi pour parler de l'industrie vestimentaire. Alors que dans les pays anglophones, la Mode comme industrie vestimentaire est traduite par *fashion* et les tendances par *fad*.<sup>1</sup> Ces dernières années, la Mode est représentée comme une industrie frivole et très nuisible, autant pour les travailleurs de l'industrie que pour la planète. Elle est rentrée dans le phénomène de consommation, et n'a cessé d'accroître au fil des siècles. Nous sommes progressivement arrivés à un système de *fast-fashion*, autrement dit, de mode jetable.

.....

1 Roland Barthes a proposé une manière de les distinguer à l'écrit, que je vais utiliser dans ce mémoire, en utilisant « mode » pour définir les tendances et « Mode » pour l'industrie vestimentaire.

Nous produisons et consommons des vêtements à outrance selon une logique d'obsolescence. Aujourd'hui, l'industrie textile est la deuxième plus polluante au monde. On estime que 56 millions de tonnes de vêtements sont vendues chaque année. Et que, depuis les années 2000, en Europe, la quantité de vêtements achetés a doublé<sup>2</sup>.

Les cycles dans la Mode sont nombreux, on a notamment les cycles des tendances, des saisons, des collections, de diffusion, ainsi que les cycles de production, de consommation et de vie. Cycle provient du mot grec *kuklos* (cercle) et signifie une suite de phénomènes se renouvelant dans un ordre immuable de façon plus ou moins régulière. C'est un terme pluridisciplinaire, qui est utilisé dans beaucoup de domaines différents comme l'art, l'astronomie, l'économie, la chimie ou encore l'enseignement par exemple. Et pour chacun de ces termes, la définition y est sensiblement différente. Le cycle est un outil théorique, un concept d'observation et d'analyse qui me semble être intéressant d'utiliser comme moyen de considérer la Mode. Et ainsi, de l'envisager et de l'utiliser à l'image du principe anthropologique de la chaîne opératoire, qui vise à étudier des activités techniques ou artistiques en déterminant des étapes chronologiques afin de représenter ces activités. Comment ces systèmes cycliques liés à la Mode et aux vêtements cohabitent, se superposent, s'enchevêtrent et comment ils s'organisent d'un point de vue économique, environnemental et identitaire ? Comment et pourquoi les habitudes de consommation et de conception de vêtements tendent à être déconstruits, parfois

.....

<sup>2</sup> Chiffres indiqués dans le documentaire *Fast-fashion les dessous de la mode à bas prix*, Arte, Édouard Perrin, réalisé par Édouard Perrin et Gilles Bovon, produit par Première Ligne, 2020.

reconstruits et d'autres fois abandonnés par les créateurs et les consommateurs ? Ces cycles sont-ils indissociables de la Mode, si nous les abandonnons, pouvons-nous encore parler de Mode ?

# État des lieux du monde de la Mode : pourquoi la nouvelle génération s'éloigne des systèmes cycliques?

Rupture avec le système de cycles établis

## Individus, société et pratiques sociales

Plus jeune, j'aimais déjà beaucoup la Mode. Me déguiser lorsque j'étais enfant était mon activité favorite, et adolescente j'ai toujours été attirée par des vêtements originaux ou étranges aux yeux des autres. J'étais, et je suis toujours, une personne de nature assez timide, qui laisse transparaître son côté créatif par le choix de ses vêtements. Pour certains, l'acte de se vêtir est un moyen de se fondre dans la masse, d'appartenir à un groupe, tandis que pour d'autres, c'est plutôt une façon de se différencier, ou de se donner du courage. Cet objet qu'est le vêtement, est finalement peu considéré tant il fait partie de notre quotidien, alors qu'il est révélateur de la personnalité de chacun. Les vêtements peuvent autant dévoiler que cacher. Ils sont en capacité de signifier à la fois le sexe, l'âge, l'orientation politique, économique, sociale ou religieuse d'une personne. Ils traduisent aussi bien des attitudes attendues et reconnues par un groupe ou par une société, que de stratégies de distinction. Tout au long de notre cycle de vie, qui

intègre tous les événements et processus biologiques (la naissance, la croissance, l'alimentation, la reproduction et la mort), nous construisons notre identité individuelle et collective. Nous sommes influencés par les différents moments que nous entretenons dans le travail, le loisir, ou encore dans nos relations familiales, intimes, etc. La vitrine « Du berceau à la tombe », recrée lors de l'exposition *George-Henri Rivière, voir c'est comprendre* au MUCEM en 2019, tente de résumer avec une cinquantaine d'objets, les étapes de la vie humaine. Vitrine dans laquelle on peut voir différents types de vêtements comme une coiffe pour enfant, une robe de mariée ou un costume traditionnel par exemple, comme marqueurs symboliques d'étapes d'une vie. Les manières de s'habiller sont révélatrices de pratiques culturelles et politiques, elles font écho à des comportements sociaux, et à une certaine culture des apparences au regard de constructions idéologiques établies. C'est en ce sens que les vêtements sont des marqueurs d'identité.

Certes, je suis plutôt en accord avec le dicton qui dit que l'habit ne fait pas le moine. On peut porter une robe à fleurs sans être pour autant une fille sage et discrète (sans être une fille tout simplement d'ailleurs). Mais il arrive parfois que l'on se heurte à des normes sociales établies, et que l'on rentre dans un cercle vicieux où l'on porte tel type de vêtement parce que tel autre personne en porte et que cela fera « plus sérieux », « plus mon âge » ... Pour illustrer ce phénomène, on peut prendre l'exemple de l'association caritative *Dress for Success*<sup>3</sup> (fondée en 1996 à New York), qui propose gratuitement des tailleurs à des femmes défavorisées

.....

**3** *Dress for Success* (peut être traduit par « s'habiller pour réussir ») est une organisation mondiale à but non-lucratif qui fournit des vêtements professionnels pour les femmes à faible revenu, pour aider à les soutenir dans leur processus de recherche d'emploi.

en recherche d'emploi afin qu'elles puissent se présenter à leurs entretiens d'embauche. Le tailleur, vêtement traditionnel et conservateur, sert à promouvoir une représentation de l'employée modèle. Effectivement, de nombreuses études<sup>4</sup> ont mis en évidence l'intérêt de l'emprunt des codes vestimentaires masculins pour les femmes, afin d'accéder à des milieux professionnels masculins et dans l'avancement hiérarchique de l'entreprise. Néanmoins, je serai d'avis à dire que l'habit fait la société qui le porte. Car il est clair qu'au fil de l'histoire, on peut en apprendre beaucoup sur une société à une époque donnée, uniquement en regardant ses choix vestimentaires ainsi que sa manière de les produire, de les diffuser et de les consommer.

### Éveil des consciences

Aujourd'hui, nous n'achetons plus des vêtements uniquement par nécessité, mais aussi et surtout, par envie. La Mode est rentrée dans le phénomène de consommation, et n'a cessé d'accroître au fil des siècles. Nous sommes progressivement arrivés à un système de *fast-fashion*<sup>5</sup>, autrement dit, de mode jetable. Nous produisons et consommons des vêtements à outrance selon une logique d'obsolescence. De nos jours, l'industrie textile est la deuxième plus polluante au monde. On estime que 56 millions de tonnes de vêtements sont vendues chaque année dans le monde. Et que,

.....

4 Notamment l'étude de Margaret Rucker, Elizabeth Anderson et April Kangas : *Clothing, power and the workplace* (Vêtements, pouvoir et milieu du travail) de 1999.

5 Peut être traduit par : mode jetable ou mode rapide. C'est une expression anglo-saxonne utilisée pour désigner le renouvellement, le plus rapide possible, des collections d'articles de la Mode vestimentaire. La *fast-fashion* concerne le plus souvent des produits à prix peu élevés et qui ne sont pas destinés à être conservés d'une saison sur l'autre par l'acheteur.

depuis les années 2000, en Europe, la quantité de vêtements achetés a doublé. Depuis quelques années, les consommateurs sont bien plus attentifs aux pratiques et aux impacts de l'industrie de la Mode. Notamment, grâce ou à cause, de catastrophes, comme l'effondrement du Rana Plaza en 2013 (immeuble où travaillaient des ouvriers pour de grandes marques de prêts-à-porter occidentales), qui a fait plus de 1 100 morts. On peut aussi citer l'exploitation des ouïghours<sup>6</sup> qui selon un rapport de l'ASPI<sup>7</sup> publié en mars 2020, 83 marques de renommée mondiale participeraient à l'exploitation de cette minorité en Chine, dont 38 dans le secteur du textile. Ces événements ont permis de mettre en lumière à la fois : les conditions de travail désastreuses, mais aussi l'impact écologique de ce mode de production. La crise du Covid 19 a également suscité une remise en question de notre mode de consommation.

Comment l'industrie de la Mode est arrivée à ce système de masse et pourquoi les nouvelles générations tendent à s'en éloigner ? Alors que les styles vestimentaires étaient bien définis au XIX<sup>e</sup> siècle selon la classe sociale et la profession, toutes les options offertes sur le marché d'aujourd'hui sont très complexes de par la multiplicité de styles de mode qui coexistent. L'industrie de la Mode vestimentaire est liée à l'industrie textile car elle représente 60 % de celle-ci. Avant l'ère industrielle, chaque pièce était fabriquée soit à la main par des tailleurs soit à la maison pour répondre aux

6 Peuple turc à majorité musulmane établi en Mongolie entre le VIII<sup>e</sup> et le XIII<sup>e</sup> siècle, aujourd'hui dispersé en Chine, principalement dans le Xinjiang.

7 Australian Strategic Policy Institute. L'Institut Australien de Stratégie Politique est un groupe de réflexion sur la défense et la politique stratégique fondé par le gouvernement australien et financé en partie par le ministère australien de la Défense et le Département d'État des États-Unis.

besoins de chacun. Les vêtements étaient souvent l'un des biens les plus coûteux qu'une personne puisse posséder, et en prendre soin lui permettait de le faire perdurer le plus longtemps possible. L'industrie manufacturière a explosé au XX<sup>e</sup> siècle et les vêtements n'ont pas fait exception. Les vêtements passent d'une production manuelle à une production à la chaîne, ce qui affecte les conditions de travail. À partir des années 1960, en plus des magazines, de plus en plus de séries télévisées mettent en avant des créateurs, et la Mode se démocratise tandis que dans le passé, c'était un privilège réservé aux classes aisées de la société. Au cours des dernières décennies, avec en premier temps l'accès à Internet, puis aux réseaux sociaux, la demande de vêtements similaires à ceux des créateurs a explosé, c'est avec elle que la *fast-fashion* fait son apparition.

### **Accélération des cycles des tendances et des diffusions**

Au fil des années, les cycles des tendances se sont de plus en plus raccourcis. Autrement dit, on passe d'une tendance vestimentaire à une autre beaucoup plus rapidement, on a même plusieurs tendances qui se chevauchent les unes sur les autres. À leurs débuts, les maisons de Haute-couture, il y avait deux cycles de tendance par an, pour les temps chauds et les temps froids, puis au fil des années, on est plutôt passé à quatre (automne/hiver, vacances, croisière, printemps/été). Les cycles des tendances et des collections de Mode se calquaient sur le cycle des saisons qui rythme les années. Car même si l'on imagine le temps comme quelque chose de linéaire, nous l'organisons selon des phénomènes naturels cycliques : le jour et la nuit se succèdent au même titre que les différentes phases de la Lune ainsi que le cycle des cultures

agricoles, des marées ou encore des vents dominants. Finalement, nos vies s'organisent en fonction de ces phénomènes cycliques, et la Mode en faisait de même pour les tendances et les collections. Mais aujourd'hui, elle s'est éloignée des cycles de saisons et a accéléré le rythme, et s'est ironiquement retrouvée perturbée au même titre que le dérèglement climatique. Certaines chaînes de *fast-fashion* proposent plus de 50 cycles par an. Cela signifie que de nouveaux vêtements arrivent dans les rayons chaque semaine ou même chaque jour. La rotation de deux cycles par an était pertinente lorsque les vêtements sont faits à la main. Avec l'industrialisation et la commercialisation de la Mode, il n'est pas rentable pour les marques que les clients visitent le magasin uniquement deux fois par an, il y a donc un intérêt croissant à proposer de nouveaux produits. Ce qui est encore plus le cas pour les marques en ligne. Selon Georg Simmel le rythme de renouvellement de la mode est un indicateur de la vitesse à laquelle l'excitation nerveuse d'une société s'accroît. Plus une société est nerveuse<sup>8</sup>, plus ses modes se succéderont rapidement, car le besoin de se différencier des autres s'accompagne selon lui d'un relâchement de l'énergie nerveuse. Que pouvons-nous en déduire sur notre société actuelle dans ce cas ? Nous avons de l'énergie à revendre visiblement. Auparavant, on avait les défilés de haute couture et de prêt-à-porter, mais il était bien difficile de se faire une idée avec ce que les personnes chanceuses nous racontaient de ce qu'elles avaient vu. Le support de diffusion le plus ancien est le magazine de mode. Depuis plus d'un demi-siècle, il rend l'univers de la mode accessible au grand public. *Vogue*, *Harper Bazaar*, *Women Wear Daily* ou *Elle*, pour

.....

<sup>8</sup> Georg Simmel, *Philosophie de la mode*, Allia, 2013, traduit de l'allemand par Arthur Lochmann p. 20.

n'en citer que quelques-uns ont contribué à faire l'intermédiaire entre les couturiers et le public, tout en décidant des modèles et tendances qui caractériseront une saison. Et peu à peu, on a pu regarder certains de ces défilés grâce à la télévision. Même si les chaînes télévisées ne couvrent pas tous les défilés, une chaîne comme Paris Première en France leur consacre une part non-négligeable de leurs programmes.

Ce cycle des diffusions s'est encore plus accéléré cette dernière décennie avec Internet, et les réseaux sociaux. Marques de vêtements, boutiques en lignes, mannequins, photographes, et influenceurs<sup>9</sup> en tout genres contribuent à cette accélération. Tandis que les professionnels du secteur tendent à être plus à l'écoute, à solliciter l'avis des consommateurs sur les produits, leur fabrication et leur mise en scène, à tenir compte de ses attentes, et à répondre à ses questions. Mais aussi à donner à voir « les coulisses » et à révéler les « secrets », afin de créer un rapprochement avec les consommateurs, de créer de la valeur ajoutée (à une marque, ou un travail pour un photographe par exemple) et aussi de minimiser, voire d'anticiper d'éventuelles réactions négatives. À cela, on peut ajouter la grande importance des « influenceurs », qui rendent la mode plus accessible, par la mise en scène dans leur propre quotidien (ce que l'on ne retrouve pas vraiment avec un support comme le magazine par exemple qui aura un statut un peu plus inaccessible, plus sacralisé) et en suscitant l'envie de les imiter, de leur ressembler. De fait, les industries de *fast fashion* gagnent du terrain, elles puisent leur « inspiration » chez les

.....

<sup>9</sup> Personnes qui influencent l'opinion, la consommation (consciemment ou non) par son audience sur les réseaux sociaux. Par influenceur j'entends toutes les personnes qui créent du contenu (photos, vidéos, podcasts...) sur les différents réseaux sociaux.

influenceurs des réseaux sociaux, (autrement dit, elles copient du mieux qu'elles peuvent tel vêtement vu sur tel photo d'un ou une influenceuse qui a eu beaucoup de « j'aime » et de commentaires). Et en trois à cinq jours, vous pouvez retrouver ce vêtement sur leur plateforme en ligne et vous le procurer à moindre coût. L'accélération des diffusions des tendances, en grande partie à cause des réseaux sociaux a pour résultat une quasi-disparition du système de collections que l'on avait auparavant. Tant et si bien, qu'aujourd'hui, le terme de « *micro trend*<sup>10</sup> » se fait de plus en plus entendre. Les tendances vestimentaires issues des réseaux sociaux sont tellement éphémères qu'on ne leur attribue pas le terme de « tendance » mais plutôt de « micro tendance » tant elles sont destinées à ne pas perdurer dans le temps.

### **Design de mode et initiatives sociales**

Nombreux designers textiles travaillent et conceptualisent différemment la création de vêtements. J'aimerais faire une parenthèse sur les créateurs accomplis ou à en devenir, qui ne pensent pas la création de vêtements par le biais des tendances. Ces designers rompent totalement avec les systèmes cycliques de Mode classique et essaient de répondre à des problématiques précises en pensant le vêtement comme réel objet de design et non pas comme un produit de consommation. Pour n'en citer que quelques-uns, on a par exemple les différents projets réalisés par des groupes d'étudiants de l'Institut Français de la Mode dans



**10** Le terme de *micro trend* peut être traduit par « micro tendance », et comme beaucoup d'autres nouveaux termes liés à la mode vestimentaire, il est utilisé en anglais. Il en est de même pour le surcyclage par exemple.

le cadre de *Chaire Sustainability IFM-Kering*<sup>11</sup> présentés le 31 mai 2021 à un jury de professionnels. Ces projets ont vocation à proposer un produit ou une solution qui s'inscrivent dans une démarche écoresponsable à travers un angle environnemental, social ou économique. Parmi eux, il y avait Jenny Orru, Eva Debruyne et Philippos Routhounas qui ont collaboré avec la marque de sport Circle pour développer un soutien-gorge post-chirurgie pour la course à pied et le yoga. Ou encore le projet Raglan développé par Flavia Roncolato et Elsa Longret qui encourage les consommateurs à faire attention à ce qu'ils portent en vendant des patrons plutôt que des vêtements finis, accompagnés de modes d'emploi et de tutoriels vidéo. La marque repose sur 3 piliers : la durabilité (durée de vie plus longue), l'adaptabilité (adaptées à toutes les morphologies) et l'inclusivité. On peut également citer des initiatives comme celles d'*Open Style Lab*, organisation créée en 2014 dédiée à la création de vêtements adaptés aux personnes en situation de handicap, qui répondent à leurs besoins tout en étant « tendance ». Ces créations sont possibles grâce à la collaboration des différents designers, ingénieurs, ergothérapeutes et personnes handicapées. Et pour terminer, j'ai pu parler avec une ancienne étudiante et une actuelle étudiante de l'ENSCI Les Ateliers, qui ont chacune créé un projet innovant. Pour son projet Système Sangle, Mallie Gautreau s'est demandé comment construire un volume textile sans colle, ni couture, ni patronage. Son projet est une conception globale de l'objet, la

11 Pôle de recherche et d'enseignement de l'Institut Français de la Mode qui a pour objectifs principaux de former les étudiants de l'IFM à devenir des acteurs du changement pour une transformation durable de l'industrie et de contribuer à la recherche scientifique sur le développement durable pour l'industrie de la Mode et du luxe.

forme, le système d'assemblage et la création de matière sont considérés en même temps, afin de créer des bandes textiles. Ces sangles à tisser permettent de limiter les pertes de matière, de simplifier l'étape de mise en forme et optimisent la création du textile. (p.48 • 59) Enfin, le projet *Low Tech Shoes* de Lucie Le Jeune et de Nina Capron, propose un système de construction de chaussure en open source basé sur le réemploi de matières premières locales telles que du plastique recyclé ou des chutes de revêtement de sol ou de cuir. Dans une logique de réparabilité et de récupération en évitant toute colle et liant. (p.60 • 67)

Au regard de l'aspect dévastateur qu'a l'industrie de la Mode, autant sur le plan écologique que sur le plan humain, nombre de consommateurs et des créateurs tendent à rompre, ou du moins à s'en éloigner, de celle-ci et ses systèmes cycliques peu vertueux. Comment ? Dans quelle mesure ? Jusqu'à quel point ? Est-ce qu'on peut vraiment concevoir et consommer une Mode à la fois plus pratique, éthique, écologique et inclusive, tout en restant accessible à tous ?



### ***Slow fashion* : ralentissement des cycles de production et de consommation**

La *slow fashion* est un mouvement qui promeut la fabrication de vêtements respectueux de l'environnement, des travailleurs et des animaux. C'est une alternative à la *fast fashion* conçue pour limiter ses achats de vêtements et ainsi, consommer moins mais mieux. Pour y parvenir, les marques qui pratiquent la *slow fashion* utilisent des matières à faible impact environnemental, fabriquent des vêtements dans le respect des minima sociaux, et les produisent souvent en petites quantités pour éviter le gaspillage. En bref, la *slow fashion* privilégie la qualité des vêtements à la quantité. Par conséquent, ces vêtements sont fabriqués à partir de matériaux nobles et durables dans le temps. La plate-forme de vente en ligne et média *WeDressFair* propose une sélection de marques qui pratiquent la *slow fashion*. Il est même possible de filtrer sa recherche selon différents paramètres, c'est-à-dire que l'on peut prendre connaissance de marques qui utilisent de la matière première issue de l'agriculture biologique, naturelle ou encore végan. On peut également sélectionner des marques *Made in Europe*<sup>12</sup> ou *Made in France*<sup>13</sup>, mais aussi des vêtements produit avec des matériaux recyclés ou surcyclés.

.....

12 Fabriqué en Europe.

13 Fabriqué en France.

Choisir de pratiquer la *slow fashion* en tant que designer textile signifie souvent penser aux besoins avant la forme, ou revoir la forme par rapport aux besoins. La conception détermine la quasi-totalité de l'impact environnemental d'un vêtement, car c'est à cette étape que sont choisis les tissus, les couleurs, les coupes, les assemblages et autres. Ces décisions affecteront le cycle de production, mais aussi le cycle d'usage/de consommation. Le choix doit être guidé par la fonction que le vêtement remplit et pas seulement par l'esthétique souhaitée. Par exemple, la densité du textile et de la fibre qui la compose est lié à l'usage du vêtement, plus celle-ci est dense, plus elle est intéressante d'un point de vue environnementale, car elle va mieux résister aux multiples usages et lavages, et va donc prolonger le cycle de vie du vêtement. De manière générale, les fibres naturelles sont plus adaptées pour limiter les émissions de CO<sub>2</sub>. Elles capturent le dioxyde de carbone lors de la production, ce qui offre des avantages considérables par rapport aux fibres synthétiques. Bien que les fibres naturelles ne soient pas aussi faciles à recycler que les fibres synthétiques, la possibilité de les composter à la fin de leur vie réduit considérablement l'impact par rapport à l'enfouissement. Pour cela, les fibres mélangées doivent être évitées, et le choix des colorants et autres produits chimiques lors de la production doit tenir compte de la longévité du produit. Par exemple, les colorants naturels sont une alternative intéressante aux colorants chimiques largement utilisés dans l'industrie et ne seront pas un frein au compostage textile.

## Recyclage et surcyclage : un processus de création et de production cyclique

L'utilisation de matériaux recyclés et surcyclés<sup>14</sup> sont deux pratiques qui ont un processus de création et de production cycliques plus vertueux, et de plus en plus de créateurs textile se tourne vers celles-ci. Pour le recyclage, divers produits sont collectés, triés, broyés et ramenés à leur état fibreux. Après torsion, le fil passe par le même processus de fabrication qu'un vêtement classique. Cette technique peut s'appliquer à de nombreux produits textiles différents : vêtements, sous-vêtements, chaussures, mais aussi aux draps, rideaux, nappes, etc. Mais comme je l'expliquais précédemment, il est difficile de recycler un vêtement qui mélange différentes matières qui n'ont pas les mêmes propriétés, car les fibres sont étroitement liées entre elles. D'autres matériaux que les différents textiles peuvent être recyclés pour fabriquer des vêtements. Tels que le PET<sup>15</sup> recyclé ou le rPET obtenu en recyclant des bouteilles en plastique et en les transformant en fils puis en tissus. Aussi connu sous le nom de polyester recyclé, c'est un matériau polluant dérivé du pétrole mais recyclable utilisé dans la fabrication de bouteilles en plastique, mais aussi dans les vêtements de sport, les maillots de bain et plus encore. En plus de réduire les déchets, fabriquer des vêtements recyclés nécessite beaucoup moins d'eau pour nettoyer les fibres. À titre d'exemple, la fabrication d'un tee-shirt recyclé requiert en moyenne que 50

.....

**14** Plus communément appelé *upcycling* dans sa version anglaise qui peine à trouver un équivalent français. Pour ce mémoire, je vais utiliser le terme français « surcyclage » pour garder une cohérence avec le recyclage, qui lui a été francisé.

**15** Polyéthylène téréphtalate est un polymère de type polyester saturé thermoplastique, par opposition aux polyesters thermodurcissables.

litres d'eau, contre 4 000 et 6 500 litres pour les tee-shirts en coton. La matière première dure plus longtemps grâce au recyclage. Cela a 3 conséquences principales : on limite les déchets et on évite la destruction des vêtements qui est une étape très polluante (ou du moins, on éloigne leur destruction dans le temps). On empêche l'extraction polluante de nouvelles matières. Et enfin, le recyclage n'épuise pas davantage les ressources, et même si certains matériaux naturels ou artificiels ne sont pas polluants (comme le chanvre ou le lin), ils restent des ressources limitées.

Le surcyclage quant à lui est un processus qui permet la (re) création de produits (artistiques, scientifiques ou utiles) de valeurs et/ou de qualités supérieures avec une nature plus durable. En réutilisant et en transformant des déchets, des matières ou des produits usagés sans dégrader la matière. À la différence du recyclage, le surcyclage est un processus dans lequel la matière première est réutilisée, réusinée, remanufacturée de manière à augmenter la valeur du produit fini. Alors que pour le recyclage, les produits de base sont « détruits » pour créer de nouveaux produits, qui une fois finis, sont souvent de qualité égale ou inférieure aux produits de base. Ce processus est lui aussi utilisé dans le domaine de la Mode. Il amène souvent les créateurs à penser différemment. La matière première est souvent trouvée en amont et c'est à partir de cela qu'ils créent des vêtements. On peut citer par exemple L'Association Renaissance<sup>16</sup> qui travaille à partir de dons de vêtements de luxe, ceux-ci sont déconstruits et servent de matière première pour la création de leurs collections. Mais les exemples

.....

**16** Association à but non-lucratif créé en septembre 2019, elle a pour ambition de contribuer à montrer un nouveau chemin et une nouvelle façon de concevoir l'habillement en modifiant les fonctionnements de l'industrie du luxe.

sont nombreux, vous pouvez notamment retrouver de nombreux créateurs sur la plateforme de vente en ligne *Reiner upcycling* qui propose uniquement des créateurs et créatrices pratiquant le surcyclage.

### **Le retour de la friperie : une consommation cyclique**

La friperie, magasin de vêtements et objets d'occasion, qui pour une grande partie, sont gérées par des organisations caritatives et dont les vêtements proviennent de dons, existe depuis longtemps et a connu des périodes d'essor et de déclin. Au Moyen Âge, les vêtements usagés alimentaient le commerce de l'occasion, tant la confection de vêtements neufs était cher et peu abordable. Jusqu'au XIX<sup>e</sup> siècle, dans le cadre d'une société fortement hiérarchisée et divisée en classes sociales, qui se distinguaient en particulier par leurs vêtements, une grande majorité de personnes s'habillaient en fripes. Au cours de ce siècle, les découvertes de Louis Pasteur ont engendré une certaine méfiance et donc de grandes précautions vis-à-vis de l'hygiène, ce qui a contribué au déclin des friperies, au même titre que l'essor du prêt-à-porter dans les années 1950, qui a rendu les vêtements neufs bon marché. Les grandes guerres sont des parenthèses dans cette phase, les pénuries qu'elles ont générées ont fait revivre les vêtements d'occasion. Ces périodes de déclin auraient pu entraîner la totale disparition de ces commerces, néanmoins les friperies continuent d'habiller les moins fortunés, notamment par l'intermédiaire d'œuvres caritatives très nombreuses, et ne s'éteindront probablement jamais.

Depuis quelques années l'engouement autour de la friperie se fait de nouveau ressentir. Autrefois délaissé et perçu comme des boutiques pour les personnes pauvres, avec tout le lot d'a priori qui va avec : vêtements qui sentent mauvais, abîmés, sales, etc. Il n'y avait que très peu de personnes qui s'habillaient dans ces friperies. D'autant plus qu'avec la montée en puissance de la *fast fashion* et ses vêtements à bas prix, cela rendait les vêtements neufs et tendances accessibles au plus grand nombre. Mais je pense que c'est aussi, en quelque sorte grâce, à ces entreprises de *fast fashion* que la friperie à regagner ses titres de noblesse. Selon moi, quatre facteurs sont en cause : l'accessibilité, qui fait que l'on se retrouve vite avec le même vêtement que quelqu'un d'autre, tandis qu'il est difficile de retrouver une pièce dénichée en friperie sur le dos de sa voisine. La qualité, les prix pratiqués par les industries de *fast fashion* reflètent la qualité médiocre de leurs vêtements, nous nous tournons donc plus vers les friperies pour trouver des vêtements de qualités à petits prix. L'enthousiasme pour le vintage<sup>17</sup>, que la tendance soit au vêtements des années 1970 avec des jeans à pattes d'éléphants et des épaulettes ou à ceux des années 2000 avec des strass et des jeans tailles basses, quoi de mieux que les friperies pour trouver son bonheur parmi les vêtements du passé ? Et enfin l'écologie, on ne pourra difficilement faire plus écoresponsable qu'acheter un vêtement pour lui donner une seconde vie.

---

17 On dit qu'un vêtement, ou un accessoire de Mode qu'il est vintage lorsqu'il date d'une époque relativement ancienne. On considère qu'une pièce est vintage lorsqu'elle a plus de 20 ans.

## Le *greenwashing* : le faux cercle vertueux

Les grandes industries de *fast fashion* essaient faussement de se conformer à ces nouvelles pratiques plus responsables, dans le seul but de toucher une nouvelle clientèle, ou de ne pas en perdre une partie, en pratiquant ce que l'on appelle le *greenwashing*. Le *greenwashing* peut être traduit en français par « écoblanchiment », « mascarade écologique » ou encore « verdissage ». Selon l'ADEME<sup>18</sup>, le *greenwashing* est « l'utilisation de l'argument écologique alors que l'intérêt du produit ou du service pour l'environnement est minime voire inexistant ». En effet, certaines entreprises usent de codes et de systèmes de communications pour améliorer leurs images en donnant à voir leurs préoccupations pour l'environnement ou l'éthique. Alors que la réalité est bien différente. Le phénomène et le terme *greenwashing* s'est répandu dans les années 2000, mais c'est surtout avec la COP21 de 2015 qu'il s'est fait connaître de tous. En effet, à cette période, la lutte pour la protection de l'environnement est devenue grandissante. Et avec elle, les nombreux messages d'entreprises revendiquant leurs prouesses écologiques, qui se sont avérées n'être que du *greenwashing*. On peut citer par exemple, H&M qui ne cesse de promouvoir des campagnes « vertes » en développant des collections responsables : H&M *Climate Positive 2040*<sup>19</sup>, *Conscious*<sup>20</sup>... On a également la collection *Close the loop*<sup>21</sup>, ce qui montre que les industries de *fast fashion* utilisent aussi cette image de cycle, de boucle, de cercles vertueux alors qu'il est plutôt

.....

<sup>18</sup> Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie.

<sup>19</sup> Peut être traduit par : climat positif en 2040.

<sup>20</sup> Peut être traduit par : conscient ou conscience.

<sup>21</sup> Peut être traduit par : boucler la boucle ou fermer la boucle.

question de cycles vicieux. Oui, une collection en coton bio c'est bien mais si toutes les autres pièces proposées par l'enseigne sont en partie conçues avec des matériaux controversés et que les vêtements sont produits à outrance dans un pays à l'autre bout du globe dans des conditions plus que discutables, ça devient tout de suite moins « *green* ».

Les outils de communication sont les principaux atouts du *greenwashing*. Dans ce genre de campagnes, on retrouve souvent les mêmes codes. On peut citer, l'utilisation de la couleur verte, l'utilisation du champ lexical de la nature, de l'innocence, de l'amour, etc. Mais aussi l'usage de photographies en lien avec la nature, les paysages, ainsi que de faux labels. La difficulté est de différencier les entreprises qui ont recours au *greenwashing* des réelles entreprises écoresponsables. Pour déceler le *greenwashing*, l'ADEME a publié en 2012 le Guide Anti *Greenwashing*. Dans celui-ci, l'ADEME énumère les différents points sur lesquels s'attarder pour définir s'il s'agit de *greenwashing* ou non. On a, par exemple : l'usage de termes vagues, le manque de transparence, d'informations, l'usage de visuels trop suggestifs par rapport au produit réel, l'usage de faux écolabels (souvent autoproclamé par la marque), la mise en avant de pratiques durables sans rapport avec le produit, de fausses exclusivités, alors que l'entreprise ne fait que respecter la loi... Pour savoir si une marque est réellement écoresponsable, on peut trouver des indices tels que : l'utilisation de matériaux nobles qui permettront la longévité du produit, et donc une marque qui incite à consommer moins mais mieux, les prix sont justes, les produits sont fabriqués en France ou en Europe pour limiter l'empreinte carbone mais aussi pour assurer les conditions de travail des salariés... Pour les marques de vêtements on peut

aussi se référer aux labels et certifications légales (GOTS<sup>22</sup>, OEKO-TEX<sup>23</sup>...), ou au fait que la marque ne propose pas sans cesse de nouvelles collections. Il se peut également qu'elle ne propose pas de soldes, ou alors de faibles soldes.<sup>24</sup>

Même si elle n'est pas toujours efficace puisque l'on trouve encore énormément d'entreprises ayant recours au *greenwashing*, la loi peut tout de même réguler cette pratique. En effet, l'ARPP<sup>25</sup> a pu permettre de condamner des entreprises ayant recours à ce genre de pratiques. Les mouvements citoyens et les ONG se mobilisent également pour lutter contre le *greenwashing*. Grâce à de multiples plaintes déposées par ces collectifs, cela a permis de condamner de grandes entreprises ayant recours au *greenwashing*. Des marques s'engagent également pour lutter contre ce type de pratique. Chaque année, le 24 avril, en hommage à l'effondrement du Rana Plaza, à lieu *La Fashion Revolution Week*. Durant toute une semaine, dans plus de 130 pays, *La Fashion Révolution Week* met en place des actions, par le biais de l'association *Fashion Révolution*, afin de sensibiliser consommateurs et professionnels sur les aspects néfastes de l'industrie de la Mode. En 2020, lors de cet événement (de manière virtuelle à cause du confinement), la marque de prêt-à-porter *WeDressFair*, (e-shop qui propose une sélection de

.....

**22** *Global Organic Textile Standard*. Label applicable aux textiles biologiques d'envergure internationale.

**23** Label comprenant plusieurs normes techniques, visant à certifier les qualités sanitaires et écologiques des textiles et cuirs, en garantissant l'absence de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement.

**24** Le pdf Guide Anti Greenwashing publié en 2012 par l'ADME est disponible sur leur site internet : [ADEME\\_greenwashing\\_guide.pdf](http://ADEME_greenwashing_guide.pdf).

**25** L'Agence de la Régulation Professionnelle de la Publicité est une organisation gouvernementale qui régule la publicité en France.

marques écoresponsables) a mis en ligne une campagne « *anti-greenwashing* », accompagné du hashtag #dutraipasdvert, pour dénoncer les marques ayant recours au *greenwashing* dans leur communication. Ce phénomène est majoritairement présent dans l'industrie de la Mode. Malheureusement, ces mots sont souvent utilisés à des fins marketings dans le but de nous faire croire que ce que l'on achète est respectueux au niveau environnemental et social, alors que ce n'est souvent que du *greenwashing*.

Lidewij Edelkoort, qui a longtemps été prévisionniste de tendances et éditrice de mode (entre autres), elle est également l'auteure du manifeste *Anti\_Fashion* de 2015 a dit : « J'adore la mode. Je n'ai jamais dit que c'était la fin de la mode. J'ai dit que c'était la fin d'un système de mode comme on le connaît aujourd'hui et une ouverture vers tous les champs de réinvention possible. ». Rupture totale avec les systèmes établis ou amélioration de ceux-ci, il est certain que le monde de la Mode est en pleine réinvention. Cette réinvention entraînera probablement avec elle un renouveau de la société, tant celle-ci est lié à la Mode vestimentaire.







• *Dress for succes*, photographie d'Andrew White, La coordonnatrice des bénévoles Beverly Brown (à droite) avec la directrice de la succursale de Manhattan Regina Norman et le bénévole Bobby Ciletti, [dressforsuccess.org](http://dressforsuccess.org), 2016.



**DRESS FOR SUCCESS®**

*Going Places. Going Strong.*







• *Dress for succes*, photographie d'Andrew White, boutique de l'organisation de Manhattan, [dressforsuccess.org](http://dressforsuccess.org), 2016.

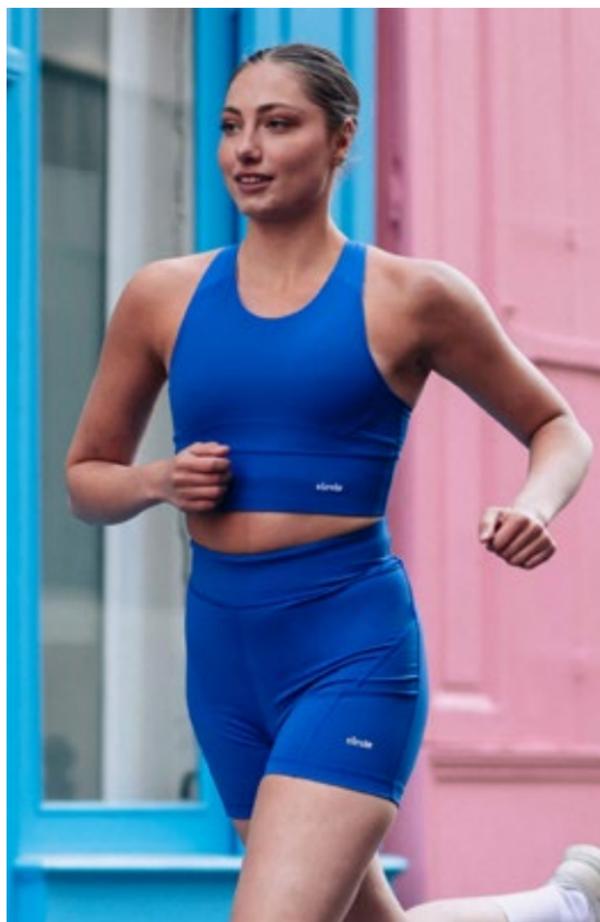
• *Dress for succes*, photographie d'Andrew White, boutique de l'organisation de Manhattan, [dressforsuccess.org](http://dressforsuccess.org), 2016.

• *Dress for succes*, photographie d'Andrew White, Maria Kambitsis cliente de *Dress for Success* dans la boutique de l'organisation de Manhattan, [dressforsuccess.org](http://dressforsuccess.org), 2016.



• *Circle Sport Wear*, photographie, t-shirt  
manifesto, [circlesportswear.com](http://circlesportswear.com), 2021.

• *Circle Sport Wear*, photographie,  
brassière, [circlesportswear.com](http://circlesportswear.com), 2021.



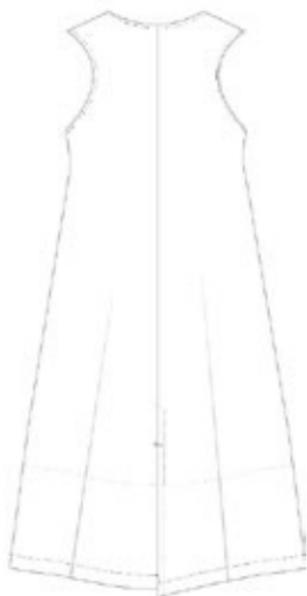


• Raglan, photographie, patrons, raglan.it, 2021.

• Raglan, photographie, *By Myself* robe chasuble, raglan.it, 2021.

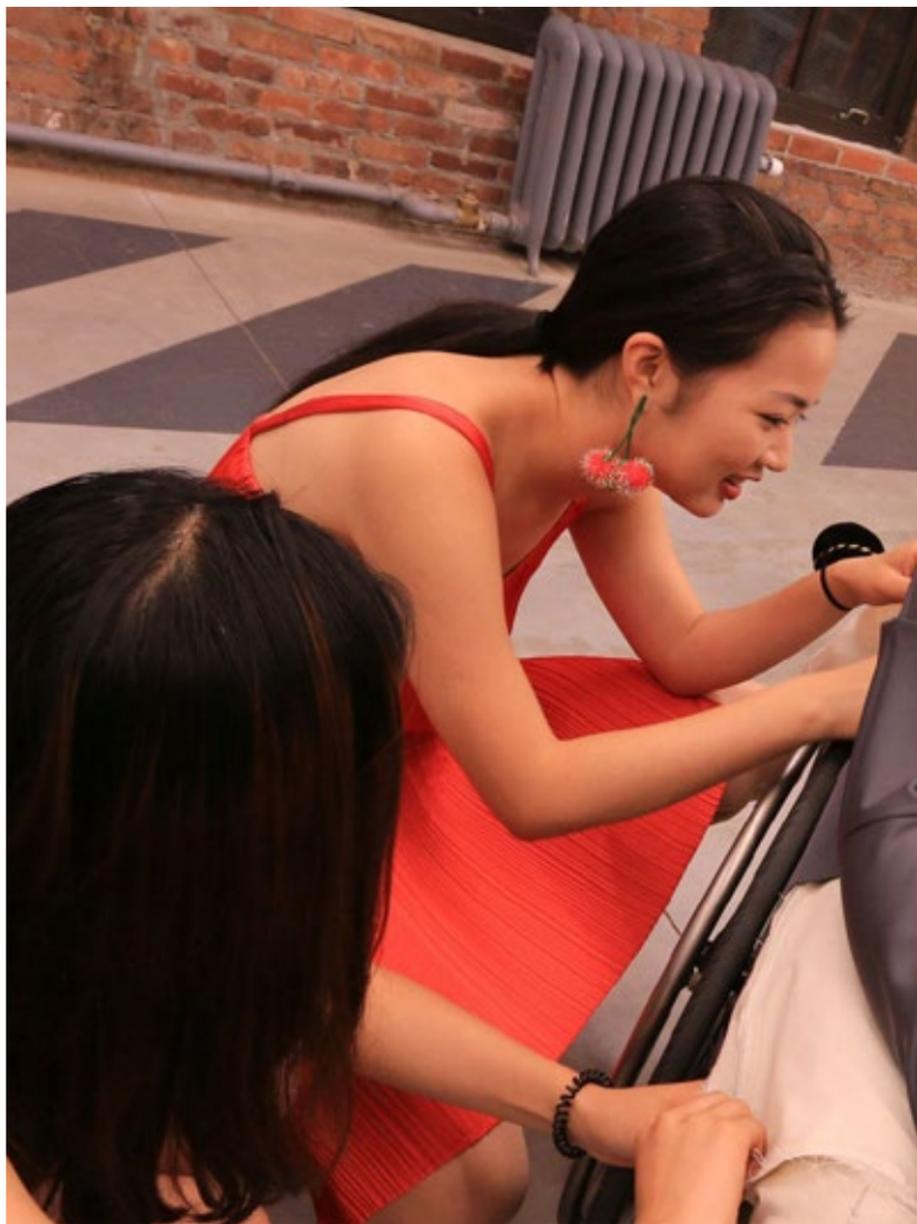


Dietro



Davanti

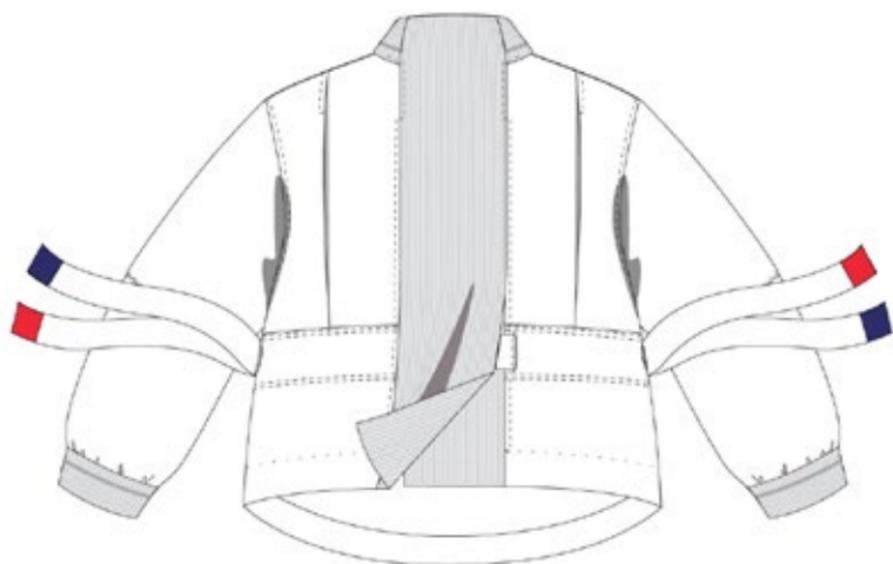




• *Open Style Lab*, travail de l'équipe sur les mousselines pour son imperméable «Q x Go» et sa couverture de pluie

détachable, photographie Courtesy d'*Open Style Lab*, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.





• *Open Style Lab*, Prototype 4 de la veste Softable maximisant l'indépendance de l'habillement et de l'expression de soi, dessin technique, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.

• *Open Style Lab*, Robert portant sa veste Softable, photographie, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.



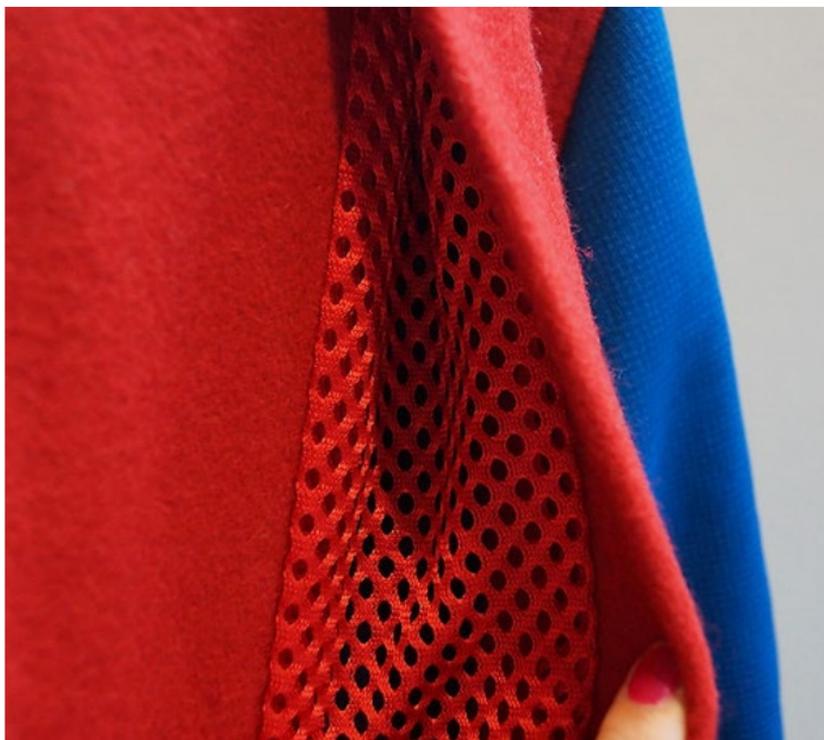




• *Open Style Lab*, veste *Softable zoom*,  
poches avant pour cacher les sangles,  
photographie, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.

• *Open Style Lab*, veste *Softable zoom*,  
aimants qui maintiennent les sangles,  
photographie, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.

• *Open Style Lab*, veste *Softable zoom*,  
butoirs de sangle à code couleur,  
photographie, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.



• *Open Style Lab, veste Softable zoom, plis arrière pour gagner de la place, photographie, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.*

• *Open Style Lab, veste Softable zoom, plis arrière maillés pour la ventilation, photographie, [openstylelab.org](http://openstylelab.org), 2017.*



## Mallie Gautreau & son projet Système Sangle

**Lauryl :** Est-ce que tu peux commencer par te présenter brièvement et parler de ton parcours scolaire et professionnel ?

**Mallie :** Alors j'ai toujours voulu faire du textile, donc j'ai commencé mon parcours par un baccalauréat en arts appliqués, et ensuite, je me suis spécialisée en textile. J'ai dans un premier temps fait un BPS de deux ans en design textile à l'ESAT de Roubaix. Dans une volonté de poursuivre le cursus de manière plus technique, j'ai postulé à l'ENSCI les ateliers, qui est une école de création industrielle et j'y suis restée 5 ans, toujours en design textile. La particularité de cette école, c'est qu'elle nous enseigne de très bonnes bases techniques pour la réalisation (ça peut être le tissage, la maille ou les techniques d'ennoblissement par exemple). Et c'est pour ça que j'ai choisi cette école, ce que je voulais en sortant de mon cursus, c'était de devenir designer, mais en sachant comment les choses sont fabriquées. J'ai été diplômé il y a 2 ans maintenant et je suis freelance depuis 1 an, et je travaille pour différents clients. Mon client principal, c'est Solstiss, qui est une entreprise de dentelle basée dans le nord,

mais le studio de création est à Paris, et donc je suis assistante directrice artistique chez eux, et je m'occupe aussi de leur communication. Et je travaille aussi en ce moment sur d'autres projets.

**Lauryn :** Est-ce que tu peux parler de l'école et de ta filière et est-ce qu'elle vous sensibilise, ou du moins vous pousse à avoir une démarche plus « écoresponsable » dans vos projets ?



**Mallie** : Alors personnellement, j'y ai fait du design textile, donc c'est différent d'un cursus en Mode où là, on enseigne vraiment le stylisme, comment faire un vêtement en 3D finalement, tandis qu'en textile ça concerne uniquement la matière en elle-même, c'est très rare que l'on fasse de la 3D. Et c'est vraiment le travail de la matière qui m'intéressait, ce qui est finalement un peu oublié maintenant. Quand les gens regardent un vêtement, ils n'ont pas vraiment conscience de la matière première en elle-même alors que c'est une des industries la plus polluante au monde, et ça impacte grandement la qualité et l'impact écologique du vêtement, que ce soit par la composition du textile ou par la fabrication. Et donc ce cursus est vraiment axé sur la matière, après l'ENSCI les ateliers, c'est une école qui est réputée principalement pour son cursus en design de produit. En ce qui concerne le rapport à l'écologie dans notre métier, et ce que l'on nous enseigne, je dirai que j'ai été dans une période charnière. Quand je suis arrivée à l'école, on ne nous en parlait pas du tout, bon, on a eu quelques cours technologiques qui nous ont apporté des réponses, mais en tout cas pas de manière directe. Au cours de mon cursus, on a eu un changement de direction et on a eu aussi tout un mouvement de conscience vis-à-vis de ça. On commençait de plus en plus à en parler de manière assez globale entre étudiants, petit à petit, on a commencé à se rendre compte des problèmes que ça engendrait, avec l'effondrement

du Rana Plaza, de la *fast fashion*, etc.

Et on se demandait comment tous ces événements pouvaient se passer et pourquoi on ne nous en parlait pas plus alors que ça concernait directement notre futur métier. Et pour mon projet de diplôme, cette contrainte relativement écologique, je me la suis imposée toute seule, parce que ça me paraissait juste logique en fait. Et je me souviens qu'on nous en avait un peu parlé du fait qu'on pouvait apporter des problématiques écologiques à notre projet, mais j'ai le sentiment que c'était un peu comme une carte greenwashing quoi, si on le faisait, c'était bien, mais il n'y avait vraiment pas d'obligation de concevoir un projet qui soit viable écologiquement parlant. Mais pour le coup, ces questions-là sont plutôt arrivées pour les générations après moi, maintenant il y a de plus en plus des projets directement en lien avec ça, ils ont beaucoup plus d'intervenants qui viennent discuter de ces questions-là. Et quand je vois les projets de diplôme maintenant, ils ont tous des questionnements écologiques. Et même dans le monde professionnel, Solstiss pour qui je travaille sont en cours de développement de dentelles en coton bio, et ils sont aussi en train de développer des teintures naturelles. Et ce genre de créations est en cours parce que les marques, Solstiss travaille pour des marques de luxes comme Chanel par exemple, est en demande de ce genre de choses, parce que les consommateurs eux-mêmes le sont.

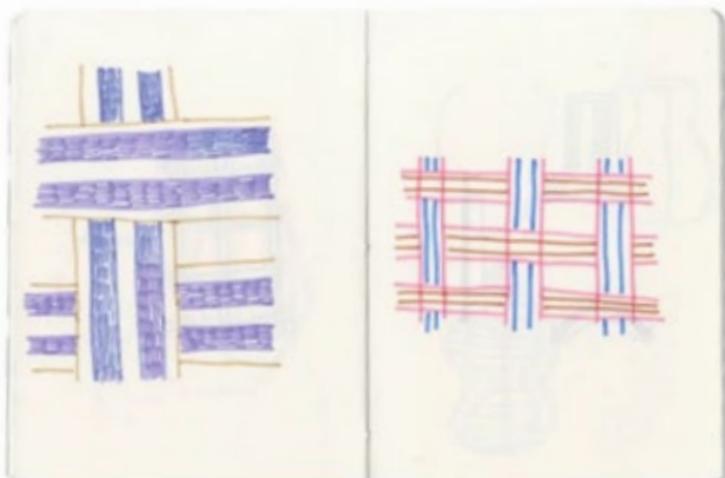
**Lauryn :** J'ai découvert ton projet de diplôme, Système Sangle, sur le site de l'école. Est-ce que tu peux en parler ? Expliquer un peu la genèse, les enjeux et les problématiques que tu as rencontrées pendant la conception du projet ? Est-ce qu'il a pu être mené plus loin, est-ce que tu travailles toujours dessus ?

**Mallie :** Pour t'expliquer rapidement ce qui m'a amené à concevoir mon projet de diplôme, après 3 ans d'école où l'on nous forme à la technique, on monte les métiers à tisser et on tisse nous-même par exemple, donc on acquiert un réel savoir-faire, j'ai fait un stage chez Aakks, qui est une entreprise de sacs à main au Ghana. La particularité de leurs sacs, c'est qu'ils sont faits en vannerie, et que tout est fait de A à Z au Ghana, ce qui est assez rare maintenant de trouver au même endroit à la fois la matière première, le confectionneur et le studio de création. J'ai vraiment été fasciné par ce stage, parce que j'ai pu être au contact des artisans et j'ai vu comment à partir des filaments en 2D, ils arrivaient à monter des sacs en 3D, sans colle ni couture. Peu de temps après j'ai fait un autre stage avec Hella Jongerius, une designer allemande qui a notamment fait une exposition à Paris il y a 3 ou 4 ans qui s'appelait Entrelacs, dans laquelle on pouvait voir un espèce de studio de textile à ciel ouvert, où elle et ses designers avaient conçu une machine qui construisait des sortes de cubes en textile à l'aide de tissage, là aussi sans colle



ni couture. J'y ai donc vu une ouverture sur la 3D et la mode sans avoir besoin de colle ou de couture, qui repose uniquement sur une technicité liée au textile. Parce que finalement dans la Mode, cela fonctionne par étapes, grosso modo on a celui qui fait le textile et celui qui fait les vêtements, et il y a rarement des liens qui sont fait entre les deux. Et là de voir qu'en faisant travailler ces deux acteurs ensemble, on arrivait à trouver des solutions techniques pour construire des objets sans que ça ne nécessite de la découpe ou de l'assemblage. C'est donc les bases de mon projet de diplôme, je me suis demandé comment concevoir du volume textile, sans avoir recours à de la découpe et à de l'assemblage, et finalement en réduisant le nombre d'étapes, parce qu'en visitant des usines je me suis rendu compte que l'on avait énormément de pertes que ce soit lors de la création de textile (avec les lisières, ce qui se tisse sur les côtés du tissu et qui va être jeté) et aussi lors du patronage des vêtements, car même si maintenant on a des logiciels qui optimisent au mieux la surface de découpe, on a toujours des pertes de matières. Et donc l'idée, c'était aussi de supprimer, ou du moins de remplacer l'étape de la couture par un système qui ne nécessitait pas un apprentissage long. Je suis donc bien évidemment passé par une grande période d'expérimentations et de recherches du tissage en trois dimensions. C'est comme ça que j'en suis venu à mon projet qui s'appelle Système Sangle, où je suis

reparti du principe d'entrecroisements de fils que l'on a avec le tissage, sauf que là ce sont des sangles qui une fois tissés entre-elles forment un volume. Et donc les sangles sont construites à partir d'un tissage très serré, pour qu'elles soient le plus solide possible, elle ne produisent pas de lisière lorsqu'on les fabrique, et on n'a pas besoin de faire des découpes non plus, elles sont vraiment utilisables une fois sorties du métier. Et donc avec mon savoir-faire de tisserande j'ai trouvé un moyen de détourner ces sangles en y incluant une poche lors du tissage pour pouvoir les assembler les unes aux autres. Et une fois que j'ai trouvé le système, il ne me restait plus qu'à enfiler des sangles dans des sangles pour pouvoir construire des choses en 3D. Pour mon projet, j'ai fait des sacs à main, mais c'était plus pour illustrer mon système, finalement, j'aurais pu faire vraiment tout ce dont j'avais envie. J'ai l'idée et l'envie de développer ce projet.





**Lauryn :** Comme tu crées à la fois les sangles, mais aussi les objets à concevoir avec les sangles, et que tu m'expliques que c'est assez simple à monter, ou du moins plus simple que de la couture, est-ce que l'idée, c'était aussi de pouvoir donner un kit, ou que les consommateurs puissent acheter les sangles au détail et qu'ils puissent eux-même monter des sacs ou autre ?

**Mallie :** Alors c'est une question très intéressante à laquelle j'ai pensé, mais que je n'ai finalement pas poussée, parce qu'on ne m'attendait pas là-dessus pour mon diplôme. J'ai plutôt fait des objets de démonstration, et pas de réels objets finis, mise à part les sacs à main, et ça me donnait une contrainte en plus de devoir concevoir des objets alors qu'on ne m'attendait pas là-dessus du tout. Ce sont plutôt des questions que je me pose maintenant. Je me suis plus concentrée sur cette idée de concevoir différemment la confection. Et j'avais plutôt une visée sociale, dans le sens où mon but ce n'était pas que les gens les reçoivent en kit et puissent les monter eux-mêmes, mais plutôt comme je te le disais, que ce soit facile à faire, et que ça puisse être fait par des personnes en réinsertion ou des personnes qui n'ont de savoir-faire dans ce domaine dans les usines.

**Lauryn :** Pour finir, toi qui as réalisé un projet de diplôme avec des questionnements écologiques, comment tu te vois évoluer dans le monde professionnel ?

**Mallie :** Alors c'est très compliqué, je me suis un peu pris une claque en sortant du diplôme, je n'étais pas la seule d'ailleurs, on a tous plus ou moins envie de faire bouger les choses, etc. Mais la réalité nous rattrape, il faut qu'on gagne notre vie donc on doit se plier au monde professionnel, c'est aussi une des raisons qui fait que j'ai choisi de travailler en tant qu'indépendante et de pouvoir être mobile. Moi, j'ai réellement envie de tendre vers ça, mais pour le coup, je suis un peu obligée de me plier au monde actuel.. Mais ce qui vraiment surprise quand je suis arrivée dans ce monde-là qui a affaire au luxe, à la Haute Couture et qui est censé faire vivre l'artisanat français, les savoir-faire et être plutôt dans la quête du bon sens, je me suis vite rendue compte que ce n'était pas vraiment le cas. Et que maintenant le luxe se calque de plus en plus sur le rythme de la *fast fashion*, ce qui nous presse comme des citrons et nous obligent à créer de plus en plus et de plus en plus vite sans réelle quête de sens, c'est finalement ma plus grosse frustration en entrant dans le monde du travail.



## Lucie Lejeune & son projet *Low Tech Shoes*

**Lauryn :** Est-ce que tu peux commencer par te présenter brièvement, et parler de ton parcours ?

**Lucie :** Après un bac scientifique, je fais une MANAA arts appliqués en Bretagne puis un BTS design graphique print à Duperre. J'ai cette attirance pour le design textile, qui se confirme avec une année de césure et des stages dans la création textile. Depuis 2019 je suis en étude en design textile à l'ENSCI Les Ateliers, actuellement en dernière année.



**Laury** : Est-ce que tu peux parler de l'école et de ta filière ? Pourquoi tu as choisi cette école en particulier, quel métier tu envisages d'exercer après ?

**Lucie** : L'ENSCI Les Ateliers est une école publique de design industriel. Il y a principalement deux cursus principaux, la formation en Création Industrielle (CI) et celle en Design Textile. La caractéristique de l'école, c'est son parcours individualisé, ce qui veut dire qu'à chaque semestre, tu choisis tes cours en fonction de tes affinités ou des compétences que tu as envie de développer. C'est une pédagogie commune aux deux formations. Tu suis un atelier de projet, qui est ton projet de design du semestre, et à côté de ça, tu as des hebdomadaires pour explorer d'autres domaines, compétences. Ça va d'un cours de couleur, à de la modélisation 3D, cours de scénographie, cours de photo, son, vidéo, ou bien ethnographique, c'est très diversifié. Chaque atelier de projet est en lien avec une association, une institution culturelle ou entreprise qui démarche l'école avec une problématique et les étudiants travaillent autour de celle-ci. Pour ma part dans la partie textile, c'est dans le but de devenir designer textile. C'est un métier présent dans différents domaines, que ce soit dans le sport, la maison, la mode, la médecine, etc.





**Lauryn** : Est-ce que l'école vous sensibilise, mise à part avec ce projet, à avoir une démarche écoresponsables dans vos productions, par le biais de cours, ateliers, projets, intervenants, etc. ?

**Lucie** : Oui tout à fait, chaque début de semestre, on a deux semaines d'intensifs, qui sont des ateliers de 1 ou 2 semaines, et il y a toujours certains de ceux-là qui sont basés sur la circularité, le design responsable, etc. Après pour nos projets de design aussi, mais c'est souvent plus personnel, mais la plupart des étudiants à l'ENSCI intègrent ça d'eux même dans leurs projets car ça fait partie de leurs valeurs !



**Lauryn :** J'ai découvert un de tes projets, *Low Tech Shoes*, sur la plateforme de l'école. Dans quel cadre le projet s'inscrit-il ? Pourquoi as-tu fait ce choix ? Qu'est-ce que cela implique pour la production des chaussures ? Est-ce que ce projet a pu être mené plus loin ?

**Lucie :** *Low Tech Shoes*, c'est un projet que j'ai mené en duo avec Nina Capron, étudiante en CI, qui a rejoint la section textile pendant un semestre pour un atelier de projet. Ce projet s'est inscrit dans le cadre de l'atelier de projet auquel nous avons participé, qui était sur la thématique du Low Tech. Après une phase de recherches sur les enjeux du Low Tech, nous avons choisi de travailler sur un objet issu de la surconsommation, multilatéraux et issu de l'industrie pétrochimique qui à l'heure d'aujourd'hui peu d'alternatives ou de solutions écoresponsables. On s'est focus sur la semelle, car c'est une partie de la chaussure qui utilise des liants chimiques, etc. On a sélectionné des matières issues du réemploi (cuir, chambre à air, revêtement de sol, plastique issu d'une usine de recyclage du plastique Le Pavé) et collectées localement, à partir desquelles on a expérimenté tout en gardant à l'esprit des qualités de la semelle souple, confort, légèreté,... À partir de ces deux expérimentations, on a développé 3 techniques optimales, le cuir plissé, la chambre à air rembourré, et le fraisage numérique. En parallèle, on a travaillé sur des systèmes d'attaches

réversibles (pour favoriser une meilleure recyclabilité ou réadaptabilité) de l'empeigne à la semelle sans liant chimique avec des systèmes d'encoche, de couture main,.. On a inscrit ce projet dans une démarche pédagogique, en créant des fiches techniques qui puissent être partagées sur des sites open source, tournées vers le low tech, pour permettre à la communauté *low tech* de se réapproprier celle-ci, de l'utiliser, l'améliorer, etc. Plusieurs personnes nous ont contactées par la suite pour échanger avec nous sur le projet, mais ce n'est pas un projet à vocation industrielle ou économique, au contraire.



**Lauryn** : J'ai vu que tu es l'une de créatrice d'une marque unisexe et écoresponsable, est ce que tu peux en parler ? Pourquoi vouloir créer sa propre marque ? Comment vous fonctionnez pour la création, diffusion, production, etc. ?

**Lucie** : Tribu\* c'est une marque que j'ai créé avec une amie, car on avait toutes les deux à cœur de travailler sur des créations textiles upcyclées. On l'on a travaillé sur notre temps libre en parallèle des études. C'est une production à la pièce, artisanale en Bretagne.



- Photographies du projet *Low Tech Shoes* de Nina Capron et Lucie Le Jeune, prise par Véronique Huyghe.

- Photographies de sa marque Tribu\*, disponibles sur Intagram @\_tribu.





• *&Proud*, photographie, matériaux récupérés et recyclés : 660 sacs en plastique, 850 mégots de cigarettes, 1,5 chambre à air, 2 ceintures de sécurité. design : Extérieur fabriqué à partir d'une chambre à air de pneu résistante

à l'eau et recyclée localement. Intérieur doublé de plastique 100 % recyclé. Housse pour ordinateur portable rembourrée avec des mégots de cigarettes recyclés. Comprend un dessus roulé, une fermeture à boucle et un bouton-



pression magnétique. Poignées et deux bretelles de ceinture de sécurité de voiture réglables. Chacun fait à la main et unique. Dimensions : 14 x 44 x 33cm, sac 18L, <http://andproudafrica.com>, 2021.

• *&Proud*, photographie, matériaux : 80 sacs en plastique recyclé, design : intérieur doublé de plastique 100 % recyclé et extérieur en coton ciré d'origine locale. Dimensions : 42 x 33 cm, <http://andproudafrica.com>, 2021.



- Association Renaissance,  
montage photographique,  
renaissance-project.org, 2020.



SALLEUR VESTE « J.PE  
JEAN PAUL GAULTIER  
DÉCONSTRUCTION



DÉFILÉ COLLECTION  
RENAISSANCE  
PRODUCTION 2019  
3 FÉVRIER 2020  
INSTITUT DU MONDE ARABE



• TremblePierre, veste oversize réalisée avec 2 plaids de laine vintage surcyclé, photographie, tremblepierre.com, 2020.



• Femme d'intérieur, photographie,  
manteau réalisé avec une couverture  
SNCF, femmedinterieur.com, 2021.



- Albert d'Arnoix dit Bertall, Carré du Palais-Royal dans le Carreau du Temple, estampe, Paris, musée Carnavalet, avant 1863.



• Anonyme, Les robes, marché du Temple, photographie, Paris, Fonds Roger-Viollet , 1900.

**CETTE COMBISHORT EST  
PRODUITE DANS DES  
CONDITIONS INHUMAINES,  
POUR UN SALAIRE  
DÉRISOIRE.**

MAIS C'EST ÉCRIT EN VERT

A young girl with brown hair in a ponytail, wearing a yellow and green tropical print dress with toucan birds, stands in a lush green jungle. The background is filled with dense foliage and a soft, golden light from the top right corner.

**#DUVRAIPASDUVERT**  
WEDRESSFAIR

• *WeDressFair*, affiches pour la campagne de pub dans le cadre de la campagne #duvraipasduvert, Avril 2020.

# CE BONNET EST UN MÉLANGE DE COTON- PESTICIDE, ET DE POLYESTER-PETROLE.

MAIS NOUS REVERSONS 1% DE NOS BÉNÉFICES  
À UNE ASSOCIATION.



#DUVRAIPASDUVERT

WEDRESSFAIR





## Victime de la Mode: des cycles établis ou des cercles vicieux?

**Concevoir la Mode**

Dans la première partie, nous avons vu certaines initiatives qui se mettent en place, maintenant, il est plutôt question d'analyser et de questionner le système de manière plus globale. Quand on parle de Mode vestimentaire, on l'associe tout de suite aux tendances. Est-ce que tel vêtement ou combinaison de vêtements est « à la mode » ou non ? Nous pouvons penser qu'elle se renouvelle sans cesse, ou au contraire, estimer que ces tendances ne sont qu'éternel recommencement et constitue un cycle. Les tendances ne sont qu'une convergence des goûts à un moment précis. Il n'y pas de notion de « meilleure » mode dans l'absolu, puisqu'il n'y pas de notion de progrès comme on peut le retrouver dans d'autres industries. La « meilleure mode » est contextuelle et éphémère. Pour répondre au besoin de renouvellement de ces tendances, les cycles de collections rentrent en jeu. Aussi là pour répondre à des besoins plus élémentaires comme concevoir des manteaux en hiver pour se tenir chaud, les cycles des collections de vêtements permettent de proposer de nouvelles tendances à une certaine fréquence.

## Cycle des tendances

Le cycle des tendances est bien reconnu, mais est encore difficilement définissable précisément, notamment à cause de sa complexité, sa versatilité, et la difficulté à délimiter ses limites spatiales et temporelles. Néanmoins, Alexandre Gofman propose dans son article « Les éternels retours, Notes sur les cycles de mode » de diviser ce cycle des tendances en deux types de cycles différents. Le premier étant caractérisé par le changement des tendances, on passe d'une tendance à l'autre, puis on revient à la précédente dans des intervalles de temps déterminés. On prend en compte un paramètre du style d'un vêtement, comme le passage d'une mode de l'étroit au large, de l'ouvert au fermé, du long au court (et vice-versa). Pour le deuxième type de cycle, il s'agit plutôt de prendre en considération la diffusion des modes et de ses « adhérents ». Une mode deviendra de plus en plus populaire et va gagner en adhérents, puis va perdre en popularité et revenir en son point de départ, ce qui constitue un cycle.



Un paramètre peut être en rapport avec une coupe, une matière, une couleur, ou un motif par exemple et vont de pair (court vs long, coloré vs sombre, légère vs épaisse, pois vs rayures...). L'un est considéré comme « à la mode » puis s'essouffle, et devient « démodé », l'autre paramètre prend donc sa place, est considéré comme « à la mode » puis s'essouffle...



Bien évidemment, ces cycles des tendances sont difficilement définissables dans le temps, encore plus aujourd'hui avec les *micros trend*. Cependant, certaines personnes pensent qu'il existe des rythmes définis, et de fait, la possibilité d'en effectuer des mesures et des prévisions précises. De nombreuses tentatives ont été faites pour déterminer la durée, la vitesse et la période de retour de paramètres de style spécifiques de vêtements qui sont considérés comme les plus importants. Dans leur écrit *Threes centuries of women's dress fashions: a quantitative analysis*<sup>26</sup> (1940), Kroeber<sup>27</sup> et Richardson<sup>28</sup> ont analysé les changements cycliques du vêtement féminin européen de 1800 à 1930 en utilisant six paramètres de style. Comme source d'analyse quantitative, ils ont exploité des journaux de mode. Ils mettent en lumière de grands cycles d'environ cent ans dans lesquels les paramètres stylistiques qu'ils ont choisis oscillent d'un extrême à l'autre. Comme second

.....

**26** Peut être traduit par : *Trois siècles de mode vestimentaire féminine : une analyse quantitative.*

**27** Alfred Louis Kroeber est un anthropologue américain de la première partie du XX<sup>e</sup> siècle. Il a notamment écrit : *Order in changes of fashion (Ordre des changements de mode)* en 1919.

**28** William John Richardson est un philosophe et psychanalyste américain du XX<sup>e</sup> siècle.

exemple on a l'analyse (publié en 1937) d'Agnès Brooks Young<sup>29</sup> sur les cycles récurrents des changements stylistiques de la forme de la jupe de 1760 à 1937 en Europe et en Amérique. Elle distingue trois types fondamentaux : le type « derrière rebondi », le type « tubulaire » et le type « en cloche ». Chacun domine pendant environ un tiers de siècle, après avoir substitué les deux autres. Le cycle complet de changement de ces trois types dure 100 ans. Dans la période considérée, l'autrice distingue les cycles suivants : 1760-1795 (36 ans de type « derrière rebondi »), 1796-1829 (34 ans de type « tubulaire »), 1830-1867 (38 ans de type « en cloche »), 1868-1899 (32 ans de type « derrière rebondi »), 1900-1937 (38 ans de type « tubulaire »). Au même titre que, dans le domaine de l'art, on considère qu'un mouvement constitue l'ensemble des œuvres du même genre ou centrées sur un même thème.<sup>30</sup> Néanmoins, l'art est complètement imprévisible dans son développement. Les mouvements, les nouveaux courants sont vus comme des prolongements d'anciens concepts, mais il n'y a pas de logique qui les lie, et les formes que prendra l'art à court, moyen et long terme ne peuvent être déduites. Cependant, à partir de l'histoire officielle de l'art, il y a suffisamment de matière pour nous permettre d'identifier des faits qui peuvent fournir un fil conducteur. Ces faits sont notamment liés à la répétition cyclique de certaines tendances artistiques et à leurs changements réguliers.<sup>31</sup>

.....

**29** Agnes Brooks Young a été directrice costumière à la *Yale University School of the Theatre* avant d'écrire son ouvrage *Recurring Cycles of Fashion : 1760 – 1937*, publié en 1937.

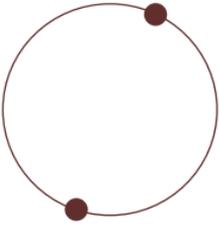
**30** Définition du CNRTL.

**31** Voir l'article en ligne de Sylvain Loisant « Théorie des cycles dans l'histoire de l'art », revue *Le chant de la licorne*, 1987.

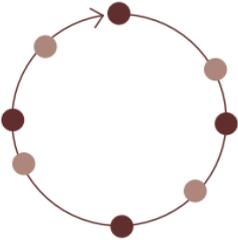
L'accélération des cycles des tendances les amène à devenir de plus en plus court dans le temps, et donc de plus en plus vicieux. Je ne suis pas certaine que si une analyse aussi poussée que celle de Kroeber, Richardson et Young était réalisée de nos jours, les résultats soient les mêmes. On aurait probablement un plus grand nombre d'oscillations des différents paramètres sur ces vingt dernières années. On peut également remarquer que l'envie et le besoin de ralentir le rythme se fait, dans une moindre mesure, ressentir. Du côté des créateurs, on retrouve de plus en plus de collections permanentes avec des articles dit « intemporels », qui outrepassent les tendances et pourront se vendre au fil des années. Et nombre de consommateurs dépassés par la surconsommation et le débordement de leur armoire, sans jamais savoir quoi porter le lendemain, se mettent à faire un grand tri pour se constituer une « garde-robe capsule ». L'intérêt est de limiter le nombre de vêtements que l'on possède en pensant sa garde-robe dans son ensemble et non pièce par pièce, pour que celle-ci soit cohérente et minimaliste tout en privilégiant la qualité à la quantité.

### **Cycle des collections**

Pendant longtemps, le cycle des collections se calquait sur le cycle des saisons et se faisait en deux étapes : une collection printemps/été, puis une collection automne/hiver. Les maisons de luxes fonctionnent toujours comme cela. Mais avec l'arrivée du prêt-à-porter ce cycle se retrouve accéléré, et ne suit plus du tout le cycle des saisons. On a différents types de prêt-à-porter, qui se distinguent par leur qualité et la vitesse à laquelle une collection vient en remplacer une autre.

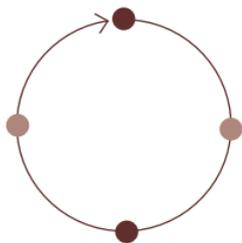


Pour les marques de *slow fashion*, il est difficile d'avoir des chiffres exacts, du fait que chacune à son propre fonctionnement. Le but de celles-ci étant de produire moins, mais mieux. Le nombre de collections dépasse rarement 2 ou 4 par an (parfois en édition limitée, ou en précommande). D'autant plus que beaucoup de ces marques ont une collection permanente. Avec des collections en petits lots pour ne pas produire à outrance et par conséquent des calendriers de production plus lents. Ces marques ont des systèmes de conception qui tendent, pour un grand nombre, vers le zéro déchet. Au lieu de partir à la chasse aux dernières tendances, une grande partie de ces marques parient sur des styles « durables » ou du moins considérés comme intemporels. Elles font parfois preuve d'ingéniosité dans leur design, ce qui permet d'avoir des options de superposition ou des systèmes réversibles, etc., et donc d'avoir plusieurs vêtements en un seul. Ainsi, elles créent des pièces classiques et polyvalentes. Ce qui encourage les consommateurs à se construire une garde-robe minimaliste et à investir dans des vêtements qu'ils pourront conserver le plus longtemps possible.

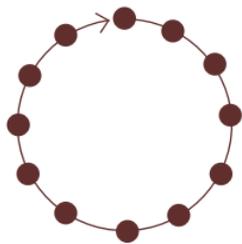


Dans le luxe, (Chanel, Dior,...) il existe généralement 4 collections par an : printemps/été, automne/hivers, et deux collections « de croisières » aussi appelées de « collections de mi-saisons », qui font la transition entre les deux collections principales. Mais il existe de plus en plus de collections capsules (collection limitée en collaboration avec une personnalité, une marque...) qui s'y ajoutent. C'est ainsi que 48% des maisons indiquent des

fréquences de quatre collections par an, 12 % en mentionnent au moins huit différentes et 20 % d'entre elles douze ou plus. Cette multiplication des collections capsules, collaborations et autres *drops*<sup>32</sup> entretiennent la curiosité pour les vitrines et les rayons des maisons. Elles engendrent un besoin de consommer plus fréquent, voire quasi-permanent à l'instar des industries de *fast-fashion* qui sont les premières à être pointées du doigt.<sup>33</sup>



qu'une minorité de 4 % affichent plus de huit collections à l'année.



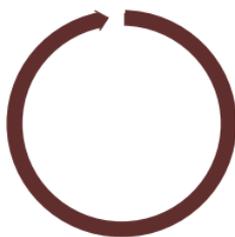
Pour le luxe dit accessible, (Maje, Sandro, The Kooples, Zadig & Voltaire...) la fréquence des collections tente d'égaliser celle du luxe. Dans ce secteur, 51% des marques ont conservé un rythme en deux temps de créations, 26 % sont passées à quatre collections, tandis qu'une minorité de 4 % affichent plus de huit collections à l'année. En ce qui concerne le prêt-à-porter de grande diffusion, (Zara, H&M, Mango...) selon Elizabeth Cline, ces marques de *fast-fashion* produisent environ 52 « micro-saisons » par an, soit une nouvelle « collection » par semaine. Le but étant d'avoir de la nouveauté en rayons le plus régulièrement possible. Ces collections, considérées comme des « micro-saisons » ne sont en réalité que quelques nouvelles pièces à ajouter en magasin. Peut-on réellement les considérer comme des collections à part

.....

**32** Un *drop* est une technique de vente, qui consiste à commercialiser sans avertissement préalable un produit en édition limitée ou une collection en petites quantités dans quelques points de vente.

**33** Les chiffres proviennent d'une enquête sur les nouveaux agendas de collection des marques européennes réalisée par l'Institut Français de la Mode pour Première Vision en février 2020.

entière ? En réalité, pour ce que ces marques considèrent comme de réelles collections, on est entre 12 et 16 par an pour H&M et entre 20 et 24 par an pour Zara. Toujours selon Elizabeth Cline, cela aurait commencé lorsque Zara est passée aux livraisons bihebdomadaires de nouvelles marchandises au début des années 2010. Depuis, il est coutume pour ce genre de magasins d'avoir un stock important à tout moment, de sorte à ne pas avoir à s'inquiéter de manquer de vêtements et de nouveautés à proposer. Ce qui, sans nul doute, entraîne énormément de gaspillage de vêtements.



Pour les enseignes d'ultra *fast-fashion* (Missguided, Shein...), qui sont en très grande majorité des boutiques en ligne, et donc accessible à toute heure du jour et de la nuit. Les collections peuvent être hebdomadaires, mais elles tendent plutôt à être quotidiennes

pour certaines grandes enseignes tout en pratiquant de très faibles prix. À titre d'exemple, des robes vendues à 30 euros chez Zara et H&M, seront vendues aux alentours de 10 euros pour des marques comme Missguided ou Pretty Little Things. Avec une extrême rapidité du renouvellement des cycles de collections et des prix toujours plus bas, l'ultra *fast-fashion* surpasse de loin la *fast-fashion*. Pour donner un ordre d'idée, une marque dite classique va mettre entre 6 et 9 mois pour développer une collection. Les marques de *fast fashion* comme Zara ont accélérés ce délai à 1 mois. Pretty Little Things, marque d'ultra *fast-fashion*, se vante de pouvoir sortir une collection, au meilleur de sa forme en une semaine. À noter également que les stocks de celle-ci sont souvent limités pour éviter les invendus. Cela pourrait être perçu comme une démarche qui se veut responsable, mais c'est en réalité un

processus rondement mené pour donner une impression de rareté au consommateur. Et ainsi susciter un sentiment d'urgence et pousser à une consommation rapide et irréfléchie.

Pour près de la moitié des acteurs de la Mode, le renouvellement des vêtements en boutiques (en ligne ou non) est globalement de plus en plus fréquent. Les temps de recherche et de conception se sont accélérés au fil des années pour répondre à un besoin, ou plutôt à une envie croissante de nouveautés chez les consommateurs. On peut aussi dire que le procédé de création en lui-même a évolué de manière considérable : on n'imagine plus les collections l'une à la suite de l'autre, mais plutôt plusieurs en même temps, afin de pouvoir lancer les fabrications plus vite, et souvent d'anticiper les futures tendances. On a les deux extrêmes qui s'affrontent : la *fast* ainsi que l'*ultra fast-fashion* qui accélèrent toujours plus son fonctionnement et réduit le temps des différents cycles de Mode afin de susciter l'envie chez les consommateurs, et la *slow fashion* qui peine à s'imposer et travaille à trouver des solutions pour ralentir la cadence, augmenter le temps des cycles et les rendre plus vertueux. La société définit la Mode avec un grand M (autrement dit la Mode vestimentaire) par la mode (les différentes tendances). Il est donc plutôt difficile d'envisager d'occulter complètement ce cycle des tendances, et par conséquent avec lui, le cycle des collections. Pourra-t-on toujours parler de Mode sans ces cycles de tendances qui sont au fondement de ce qui la constitue ?

Dans l'histoire de la Mode, les différents cycles de création et de production ont bien évolué au fil du temps. Au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, sous la coupe d'un grand couturier, la maison de couture était à la fois le lieu de conception, de diffusion, de production et

de vente. Aujourd'hui, les choses sont bien différentes, ces secteurs sont dissociés les uns des autres. Le rachat des marques de prêt-à-porter par des grands groupes financiers dans les années 2000 a mondialisé et complexifié la création, la production, la diffusion et la vente des vêtements<sup>34</sup>. Ces cycles, considérés comme « les dessous de la Mode » suscitent de plus en plus l'intérêt des consommateurs, soucieux de la qualité et de la composition des vêtements qu'ils achètent ou encore de leur impact environnemental ainsi que des conditions de travail des employés.

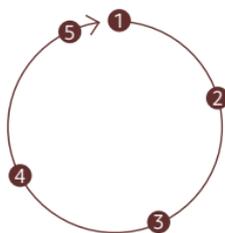
**Fabriquer et diffuser la Mode**

### **Cycle de production**

Le cycle de production se compose de plusieurs étapes : on a l'extraction des matières premières (culture, substances synthétiques, ...), la production textile (tissage, étuvage, teinture, blanchissement, ...), la conception et le design de la pièce (croquis, patron, choix des textiles...), la création et la fabrication en usine (découpage et assemblage). Le vêtement sera ensuite transporté et mise à la vente. (Cette définition s'appuie sur une production industrielle, mais ce cycle de production peut être différent si les vêtements sont destinés à être recyclés ou surcyclés par exemple.)

.....

**34** Questionnements développés dans *Modes et vêtements : retour aux textes*, sous la direction de Damien Delille et Philippe Sénéchal, Paris : Les Arts Décoratifs : INHA, impr. 2020. partie VI. figures : la production de la mode - Chap.2 Du grand Couturier au créateur de mode, XIX<sup>e</sup> siècle, par Alexandra Bosc et Damien Delille.



Pour une production dite classique on a

**① conception du design** — La première étape est donc la conception du vêtement (coupe, tissus, couleurs, motifs...) par le designer textile. **② extraction des matières premières** — La matière première d'un vêtement peut

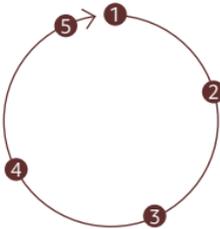
être soit une fibre soit une combinaison de plusieurs fibres. Celles-ci peuvent être classées en deux catégories : les fibres naturelles (animales et végétales) et les fibres manufacturées (fibres synthétiques<sup>35</sup>, cellulosiques régénérées<sup>36</sup>, et recyclées). Le processus d'extraction des matières premières et leur impact environnemental dépendent donc du type de celle-ci. Par exemple, la production de fibres naturelles comme le coton commence par la culture agricole et nécessite une grande consommation d'eau. Alors que des fibres manufacturées comme le polyester ou l'acrylique sont produites à l'aide de produits pétrochimiques et nécessite de l'énergie et des produits chimiques. **③ production textile** — Il existe trois méthodes de fabrication de tissus : non tissé, tissé et tricoté. Pour les tissus non tissés, on utilise des fibres pour construire les tissus grâce à des technologies telles que le feutrage et la reliure. Pour les tissus tissés et tricotés, on a une étape précédente à réaliser : la fabrication du fil. Dans cette fabrication du fil on a encore des sous-étapes comme le récurage pour éliminer les impuretés des fibres et améliorer leur qualité, ainsi

.....

**35** La fibre synthétique est produite à partir de matières synthétiques obtenues par la synthèse de composants chimiques comme de l'hydrocarbure ou de l'amidon.

**36** Les fibres de cellulose régénérées sont des fibres synthétiques dérivé de la cellulose naturelle. La cellulose, source de fibres cellulosiques régénérées, est un des composants principal des végétaux, elle peut provenir de diverses pulpes de bois.

que la teinture. Les processus de filature, de tricotage et de tissage sont énergivores et génèrent des déchets, tandis que l'étape de traitement par voie humide (teinture des fils et des tissus) produit elle, une consommation d'eau, de produits chimiques et de grandes quantités d'eaux usées. **4 fabrication des vêtements en usine** — À partir des tissus on a : la coupe, la couture et l'assemblage. Puis vient le repassage et l'emballage. D'autres étapes peuvent être envisagées comme la broderie, l'impression ou le collage par exemple. La quantité d'énergie ou de produits chimiques utilisés dépend du type de vêtement (décontracté, de bain, de sport, de travail...). Les vêtements peuvent également être teints à ce stade auquel cas l'utilisation d'eau et de produits chimiques peut être plus importante. **5 mise en vente** — Pour terminer, la mise en vente des vêtements peut se faire soit dans des commerces physiques soit en ligne. Selon une étude de Rose Françoise Bertram et Ting Chi de 2017 le principal impact de la vente est l'énergie utilisée dans les magasins, de fait, la vente dans les commerces a un impact environnemental plus élevé que la vente en ligne.



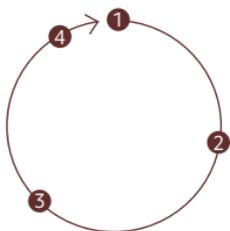
Pour une production avec des matières premières recyclées on a **1 conception du design** — Celle-ci reste identique à une production classique, le designer détermine les différents paramètres du vêtement : coupe, tissus, couleurs,...

**2 collecte et tri des matières premières** — Une fois la collecte d'anciens vêtements effectuée, il faut les trier en fonction de leurs fibres et de leur « recyclabilité », car certaines fibres ne le sont pas, ou alors le mélange de ces fibres est trop important, on ne peut donc pas les séparer et il est très souvent impossible de leur faire subir le même traitement afin

de leur faire subir le même traitement afin

de les recycler, car elles ne réagissent pas de la même manière.

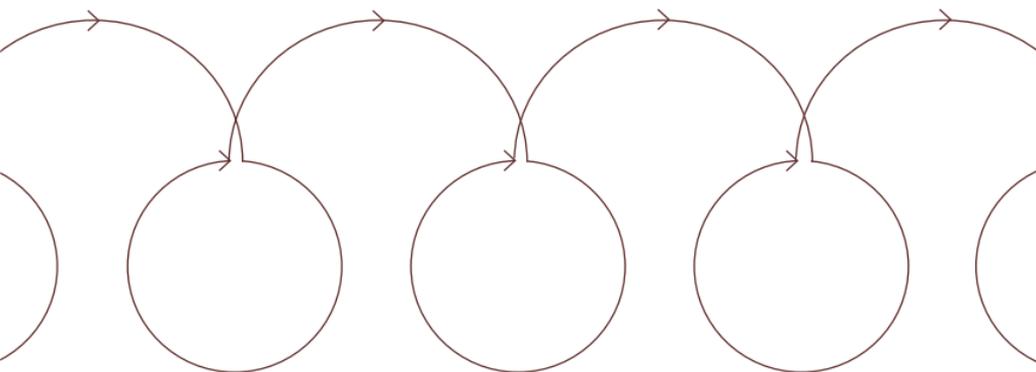
**⑤ décomposition et recomposition du textile (défilage et filature)** — Si besoin, on va procéder à un « recyclage physique » où l'on sépare les différentes fibres des textiles. Puis à un recyclage mécanique où l'on broie, effiloche, découpe et défibre le textile. Puis finalement, à la filature de ces nouvelles fibres pour créer du tissu. **④ fabrication des vêtements en usine** — La fabrication des vêtements est également identique à une production classique, celle-ci sera réalisé par l'une des trois méthodes : non tissé, tissé ou tricoté. **⑤ mise en vente** — La mise en vente des vêtements est elle aussi identique à une production classique, et se réalisera dans une boutique physique ou en ligne.



En ce qui concerne une production avec un principe de surcyclage on a **① collecte des matières premières** — Il existe deux types de collectes : celle de vêtements (chinés, récolté depuis les centres de tri ou provenant d'inventus), ou celle de tissus (des chutes, des fins de stocks, ou provenant d'objets comme des rideaux ou des couvertures par exemple). **② conception du design** — La conception du vêtement, ou du moins son processus de création est différent, dans le sens où le designer va le concevoir à partir de la collecte qui a été faite. Et anticiper les différentes étapes qui seront nécessaires à la production. **③ fabrication dans le textile collecté** — Pour la fabrication à partir de vêtements, il faut prévoir le démontage de ceux-là avant de pouvoir procéder à une fabrication classique. Le surcyclage reste majoritairement une pratique plutôt artisanale, ou du moins à petite échelle. Néanmoins, il existe tout de même des productions industrielles comme la marque RECODE qui créent

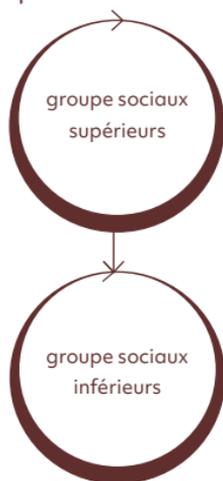
leurs modèles à partir des chutes et invendus de l'industrie Kolon en Corée du Sud. **4 mise en vente** — La mise en vente des vêtements est elle aussi identique à une production classique, et se réalisera dans une boutique physique ou en ligne.

Il n'y a pas réellement une meilleure méthode de production qu'une autre. Chaque choix qui est fait pour chaque étape de production est à prendre en compte et possède des avantages comme des inconvénients. Si par exemple le designer décide d'utiliser uniquement du coton pour un tee-shirt, cela aura l'avantage d'être de bonne qualité, et facilement recyclable, mais aura comme inconvénient de consommer beaucoup d'eau lors de la culture du coton et engendra une quantité non-négligeable de perte de matière première (sous la forme de chutes ou de rebuts). À mon sens, le tout est de trouver une forme d'équilibre entre l'humain, l'écologie, la qualité et notre budget. Néanmoins, le surcyclage et le recyclage, comme leurs noms l'indiquent, permettent d'avoir des cycles de productions plus vertueux, ils vont se succéder les uns aux autres (dans une certaine mesure) sans rompre le cycle. Tandis que pour une production classique, on va se contenter de répéter le cycle.



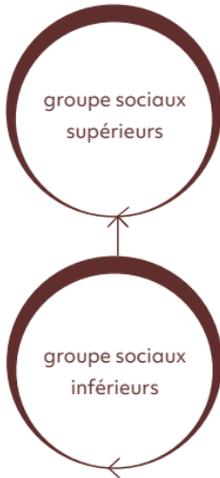
## Cycle de diffusions

Il existe 3 types de diffusion des mode : *trickle down* (du haut vers le bas de la société), *trickle up* (mode provenant des milieux populaires, qui se voit être adoptée par des classes sociales supérieures, comme le style gothique par exemple qui provient des classes populaires et que l'on retrouve chez des maisons de luxes comme Givenchy), et *trickle accross* (différents groupes sociaux qui s'échangent des styles/ des tendances, on a par exemple l'influence du « glam rock » sur le « punk »). En ce qui concerne le caractère cyclique de ces diffusions, cela suit le même principe que pour les diffusions des tendances.



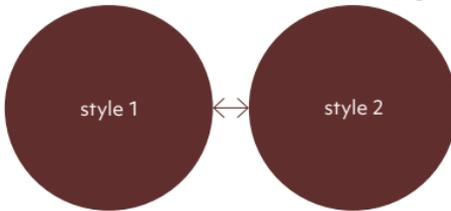
La théorie du *trickle down* est largement défendu par Georg Simmel (sociologue et philosophe allemand) et Thorstein Veblen (sociologue et économiste américano-norvégien) à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Les groupes sociaux inférieurs établissent de nouvelles revendications de statut en adoptant les « modes » des groupes sociaux supérieurs par imitation, tandis que les groupes sociaux supérieurs en adoptent de nouvelles pour se différencier, ce qui crée un cycle de changement sans fin. Selon Veblen, chaque classe sociale imite le comportement de

consommation de la classe qui lui est supérieure afin d'améliorer son statut. Appliquée à la mode, cette théorie affirme qu'une fois celle-ci adoptée par les classes sociales perçue comme inférieure, elle n'est plus désirable pour les classes sociales les plus élevées.



En opposition au trickle down, la théorie du *trickle up* a émergé à la fin des années 1970 par Paul Blumberg (étudiant en sociologie au *Queens College of the City University of New York*). Elle montre que certaines nouvelles tendances vestimentaires émergent « dans la rue », autrement dit dans les classes sociales populaires, et influent les classes supérieures. Comme exemple assez flagrant, on peut citer le jean. À l'origine, les jeans de Levi Strauss étaient portés par les ouvriers d'usine, les

mineurs, les agriculteurs et les éleveurs de tout l'ouest nord-américain. En 1960 le port du jean est acceptable, et en 1970 il s'est largement démocratisé aux États-Unis. Dans les années 2000 à 2010, principalement en occident, les jeans sont portés par des hommes et des femmes de tout âge.



Pour le *trickle across*, l'idée est que différents groupes sociaux s'influencent les uns les autres. Ce principe est d'autant plus considéré

aujourd'hui grâce à la démocratisation de l'accès à l'habillement et de sa grande diffusion. L'influence des tendances entre toutes les classes sociales peut donc s'appliquer. Les styles et tendances vestimentaires ne se répercutent pas d'une classe sociale à une autre, mais apparaissent à tous les niveaux de prix à peu près au même moment. Une fois qu'un design de vêtement fait son apparition, différentes marques (en tout genre : *fast-fashion*, *slow fashion*, luxe abordable...) produisent des vêtements similaires,

permettant ainsi un accès généralisé aux nouvelles tendances de mode. Ted Polhemus dans son livre *Street Style: From Sidewalk to Catwalk*<sup>37</sup> (1994), remarque que la robe droite des années 1960 et les épaulettes des années 1980, étaient disponibles dans les magasins discount, les grands magasins et chez les créateurs à peu près au même moment. Dans ce même livre, il propose un autre système de diffusion qu'il qualifie de « modèle populiste ». Il identifie des groupes sociaux, plutôt que des classes, comme source d'inspiration des tendances de mode. Des groupes basés sur des tranches d'âge, des statuts sociaux, des statuts économiques, de localisation ou de culture, entre autres, créent leur propre mode. Par exemple, un groupe comme les punks des années 1970, adopte un style distinctif partagé par le groupe. Le style a pour fonction d'unifier « l'image » du groupe et à identifier les individus qui lui appartient. Ce groupe ne prend donc pas en compte les tendances de mode extérieur à lui-même. Ici encore, au même titre que les tendances, leur diffusion, et jeux d'influence sont difficilement définissable dans le temps et peuvent plus ou moins s'étirer.



37 Peut être traduit par : Style de rue : du trottoir au podium.

## **Cycle de consommation**

Après l'achat d'un vêtement, celui-ci est porté puis nettoyé. Ces deux actions seront répétées un certain nombre de fois. Parfois, le vêtement pourra être réparé. Et finalement, il sera soit jeté, soit donné. (La vitesse et la superposition des cycles de consommation sont difficiles à normaliser, étant donné qu'ils dépendent des vêtements et de chaque individu. Par exemple, certaines personnes vont avoir une quantité définie de pantalon, et vont en acheter un nouveau uniquement quand l'un des siens sera bon à donner ou à jeter. Tandis que d'autre vont en acheter simultanément, en prenant en compte leur envie, ou leur « besoin ».)

L'utilisation que l'on fait d'un vêtement a un impact presque tout aussi important, que le choix de celui-ci. De l'eau et de l'énergie seront utilisées pour le lavage (ou nettoyage à sec), le séchage et le repassage. Les types d'appareils utilisés (ou l'absence de leur utilisation) ainsi que la température de lavage ou le type de textile peuvent avoir une différence significative sur notre impact environnemental. Le nombre de cycles de lavage effectués lors de l'utilisation affecte la durabilité du vêtement et augmente la consommation d'énergie. En effet, le textile d'un vêtement de mauvaise qualité ou lavé de la mauvaise manière pourra se déformer, rétrécir ou perdre de sa couleur par exemple. À savoir

qu'il existe des normes, comme la méthode de test *Durawash*<sup>38</sup>, utilisée par grand nombre de marque grand public, qui considère qu'un vêtement est « durable » s'il est toujours intact après 45 lavages domestiques. Par conséquent, il serait intelligent pour les marques d'envisager de mieux informer les consommateurs via les étiquettes sur la ou les meilleures manières d'entretenir le vêtement. Ainsi, sa durée de vie sera prolongée, et l'impact écologique sera réduit.

Et une fois consommé qu'est-ce qu'on en fait ? Dans le meilleur des cas, le vêtement est encore dans un assez bon état pour le revendre ou le donner et ainsi lui offrir une seconde vie. Il faut savoir qu'il existe des bennes de récolte de vêtements et que les commerces de charité et les organisations gouvernementales s'occupent de la collecte, du tri, du nettoyage et de la revente des textiles et vêtements. J'ai moi-même pu visiter un centre de tri à Flixecourt, il y a quelques années, en 2014 ou en 2015. J'avais été particulièrement marqué par la quantité de vêtements qu'il y avait à traiter et toutes les étapes que cela engendrait. Les vêtements sont dans un premier temps triés en deux grandes catégories : les réutilisables et les non-réutilisables (car ils sont usés, abîmés ou tachés). Environ 60 % seront dans les friperies et 40 % seront recyclés (en chiffons ou isolation par exemple).<sup>39</sup> Les 60 % des vêtements réutilisables sont ensuite regroupés selon plusieurs critères : le genre, la saison, et la typologie de vêtement (tee-shirt,

.....

**38** Le *Durawash* est un produit (que l'on peut comparer à une machine à laver) qui simule les conditions nécessaires pour répondre aux tests de durabilité des vêtements et des tissus standard des principales chaînes de magasins.

**39** Chiffres donnés par Le Relais, une filière du groupement Émmaüs, disponible sur leur site web : [www.lerelais.org](http://www.lerelais.org).

pantalons, pull...). Je n'ai pas retrouvé plus d'information à ce sujet, mais dans mon souvenir les vêtements étaient aussi triés par couleurs pour faciliter la future mise en rayon dans les magasins. Ils sont ensuite éventuellement retouchés (petites réparations, boutons manquants,...), et lavés avant de poursuivre leur route vers les boutiques. La réutilisation est la fin de vie à privilégier, car elle n'implique pas de traitement ultérieur des matériaux, nous offrons simplement une seconde vie aux vêtements, en les retournant dans le cycle de consommation.

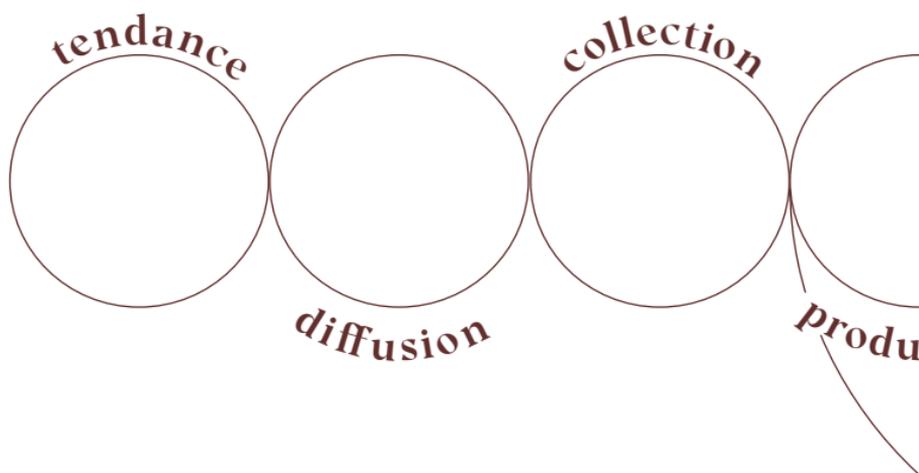
Si l'on estime que le vêtement ne peut être donné ou vendu, il existe trois autres types de fin de vie pour nos vêtements couramment utilisés dans l'industrie de la Mode : le surcyclage, le recyclage, ou l'incinération. À privilégier dans cet ordre. Le surcyclage, ne va pas faire subir de traitement aux vêtements, la matière sera utilisée telle quelle, dans ce cas, les vêtements retournent directement dans le cycle de production. Il en est de même pour le recyclage, à la seule différence que le textile sera traité selon différentes méthodes en fonction de la composition des vêtements. À l'instar du principe de compostage en écologie où la matière organique retourne intégralement à la terre comme modèle d'économie circulaire visant à supprimer les déchets, préserver les ressources et éviter le gaspillage. Pour le surcyclage et le recyclage le cycle est fermé, et donc vertueux. Et enfin nous avons, l'incinération, certes elle peut être utilisée comme méthode de récupération d'énergie, mais elle est tout de même moins intéressante du point de vue de la récupération des ressources. Les décharges ont généralement l'impact environnemental le plus élevé, car les fibres naturelles peuvent émettre des gaz à effet de serre, tandis que les fibres synthétiques ne se décomposent pas

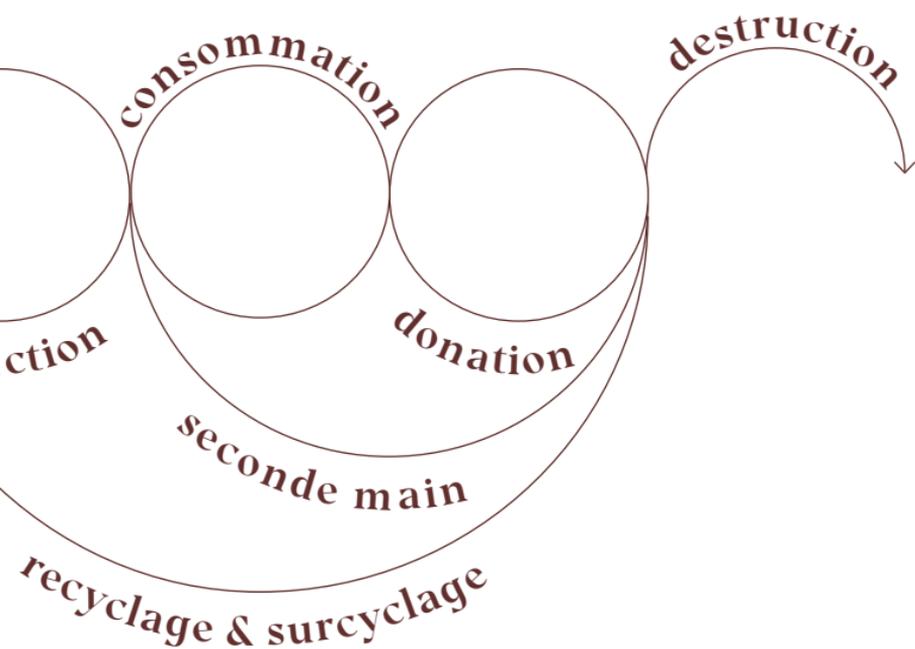
et peuvent rester dans le sol pendant des siècles. Ici, le cycle reste ouvert et n'est pas vertueux, on va simplement répéter les mêmes étapes en boucle.

### **Cycle de vie du vêtement**

Comme conclusion de tout ce système de Mode, on a le cycle de vie d'un vêtement, qui regroupe logiquement à la suite, le cycle de production et de consommation. On peut même aller plus loin et dire que l'on retrouve les cycles de tendance, de diffusion, de collection, de production, et de consommation. Peut-on sérieusement envisager de supprimer totalement un ou plusieurs de ces cycles à l'échelle d'une société? Dans ce cas, pourra-t-on toujours considérer qu'il s'agit de Mode? Une possibilité pourrait être de les étirer dans le temps, et donc de ralentir le rythme de chacun d'entre eux qui n'a cessé d'accroître ces dernières années. Accélération qui est à l'origine des différents problèmes écologiques et humains que génèrent l'industrie de la Mode. Chacun de ces cycles, et même chacune des étapes de ces cycles se doivent d'être mieux évaluées et réenvisagées, par les créateurs et par les consommateurs. Ces cycles pourraient être reconstruits selon des préoccupations écologiques plutôt qu'économique. En sciences de l'environnement, l'écologie (du grec oikos et logos, littéralement le lieu où vit une famille) est la science qui étudie les conditions de vie et les relations entre différents organismes du monde au sein d'un même environnement. Le terme cycle est utilisé pour définir un processus physico-chimique spécifique à un écosystème qui utilise différents éléments chimiques tels que le carbone, l'azote ou le phosphore, ainsi que différents composés essentiels à la vie comme l'eau par exemple. En effet, les écosystèmes fonctionnent

de manière à répondre à différents cycles modèles, où chaque étape est nécessaire pour le bon fonctionnement de la vie de l'écosystème. Pour la plupart, ce sont des circuits fermés, comme celui des organismes vivants, par exemple. Une des solutions envisageables pourrait donc être de créer un écosystème de la Mode, avec un système de cycles fermés et vertueux.





## Remise en question : pouvons-nous ou pourrions-nous encore parler de Mode ?

Revêtir des vêtements hors cycle

Sans nous en rendre compte, nous portons déjà des vêtements hors des cycles établis. C'est ce que Frédéric Godart<sup>40</sup> appelle les *fashion-basics* et les *basic commodities*. Autrement dit, les « vêtements de base », tels que les jeans ou les t-shirt, et les « vêtements de première nécessité » comme les chaussettes ou les sous-vêtements. Ils ne suivent pas ou peu les cycles saisonniers et par conséquent les cycles des tendances. Le vêtement peut être considéré sous trois aspects : son utilité, son esthétisme et par la symbolique social et politique qu'il dégage. Nous considérons ces vêtements de base et de première nécessité plutôt comme des produits de consommation courante en privilégiant leur utilité à leur esthétisme. Il en est de même pour les vêtements de travail qui nous sont imposés, ils sont comme une seconde peau que nous enfilons principalement pour des raisons d'hygiène ou de sécurité. D'autres vêtements, se retrouvent à devenir des symboles de luttes, et sont donc propulsés hors du système cyclique. L'idée de cette

.....

<sup>40</sup> Frédéric Godart (sociologue, professeur et chercheur français, nombre de ses travaux portent sur la dynamique des industries créatives, de la Mode et du luxe), *Sociologie de la mode*, Éditions La Découverte, Paris, 2010, 2016, p. 32.

dernière partie est de questionner notre rapport aux vêtements, en désacralisant la Mode, mais aussi en remarquant l'importance des vêtements que nous portons déjà tous les jours qui outre-passe le système cyclique, et de voir s'il est toujours possible de parler de Mode si nous privilégions nos besoins plutôt que nos envies. La solution n'est peut-être pas d'abandonner complètement ce système, mais plus de l'étirer dans le temps afin d'avoir une consommation plus raisonnable et réfléchie. Cela peut se faire au début de la chaîne en trouvant des solutions par le design des vêtements ou par des techniques de pointe innovantes. Ou bien, en retournant à une pratique plus artisanale qu'industrielle, en valorisation des savoir-faire, des matériaux de qualités et une production en petite quantité. Est-il réaliste d'envisager de sortir d'une conception cyclique alors même que nos vies s'organisent selon des cycles, une routine, des événements du quotidien qui se répètent ? Est-ce que finalement, dans nos vies, nous ne ne faisons pas déjà cette démarche en abandonnant certains schémas cycliques tout en reconstruisant de nouveaux qui se veulent plus vertueux ?

### **Les vêtements de travail**

Au même titre qu'un vêtement lambda, le vêtement de travail est un marqueur d'identité individuelle et collective, du fait des valeurs communes partagées par l'ensemble des porteurs. Néanmoins, ils ne sont pas dictés par les tendances (ou de façon moins importante), à mesure que le temps passe, les vêtements de travail ont été modifié et adapté aux évolutions des métiers, des morphologies, des innovations techniques, ou des réglementations françaises et européennes. On peut séparer les vêtements de

travail en deux grandes catégories : les tenues qui sont imposées par l'employeur et celles qui ne le sont pas. Les tenues imposées pour des raisons d'image, autrement dit, pour les vêtements de travail qui sont marqués du logo de l'entreprise, on peut tout de même se demander si les tendances n'ont pas un peu d'influence. Au-delà des normes dictées, ce type de vêtement de travail devient un moyen de véhiculer des valeurs ainsi qu'une philosophie d'entreprise. À travers cette tenue, les clients peuvent reconnaître instantanément les membres du personnel. À l'instar d'un logo, ou d'une campagne publicitaire, ce vêtement « d'image » est devenu un outil à part entière dans une stratégie commerciale. Il existe donc un grand intérêt pour les entreprises de prendre en compte les « codes » et tendances de la mode actuelle. Les autres tenues imposées, le sont, dans un premier temps, pour des raisons de sécurité et d'hygiène. Elles ne répondent à aucun cycle de Mode, mais principalement à des intérêts d'usage. Le boucher, le charcutier, le boulanger ou le cuisinier possèdent un long tablier en coton ou en cuir qui les protège des « agressions » de leur environnement de travail. Il en est de même pour la blouse des métiers de laboratoire, de santé, de soins hospitaliers, ainsi que pour les métiers d'atelier ou de manutention qui portent une combinaison ou un bleu de travail.

Même si les tenues non imposées ne font pas de grandes différences avec les tenues « quotidiennes », cette liberté de choix a certaines limites souvent inscrites dans le contrat de travail. Il est généralement demandé une « tenue correcte », ce qui est une limite plutôt floue. Cette « tenue correcte » peut varier selon le type d'entreprise ou la nature de la fonction que l'on occupe, elle n'est pas non plus absolument identique pour les femmes et les

hommes, même s'ils exercent le même métier. On se retrouve donc avec des problématiques sensiblement identiques que lorsque l'on porte nos vêtements de tous les jours, mais tout de même avec une certaine pression sociale de paraître « correct », « à la hauteur » etc. Il est d'ailleurs très intéressant d'observer ce phénomène chez les personnalités politiques. Par exemple, le 17 juillet 2012, Cécile Duflot, récente ministre du logement sous François Hollande, s'avance dans l'hémicycle pour prendre la parole à l'Assemblée Nationale lors d'une séance de questions réponses gouvernementale au sujet du Grand Paris. Sans même avoir prononcé un mot, elle se fait alors moquer et siffler par bon nombre de personnes présentes, mais particulièrement par les députés de droite, à cause de la robe à fleurs qu'elle porte. Ce « scandale vestimentaire » (titre de l'exposition du Musée des arts décoratifs dans laquelle cette robe a été exposée au printemps 2017) est loin d'être le seul dans la sphère politique. Nous pouvons aussi remarquer que les politiques eux-mêmes jouent sur leur style vestimentaire pour être identifiés (tailleurs aux couleurs acidulées de Roselyne Bachelot, écharpe et chapeau de François Mitterrand...). Les vêtements qu'ils portent sont liés aux exigences de la représentation politique et soulèvent de nombreuses interrogations : doivent-ils s'habiller en s'inspirant de leurs électeurs ou au contraire s'en distinguer ? Le vêtement peut-il refléter une orientation politique, avec des tenues de gauche, de droite ou écologistes<sup>41</sup> ?

.....

**41** Voir l'article de de Frédérique Matonti, « Le vêtement en politique : Représentation, ressemblance et faux pas », 2019, p. 87-104.

## Les vêtements symboliques et fédérateurs utilisés comme armes de revendication

Fédérateurs, les styles vestimentaires se sont parfois imposés comme signes de reconnaissance, mais aussi comme porteurs de messages idéologiques pour la société. Nombre de vêtements comme les gilets jaunes, les bonnets rouges, les écharpes des suffragettes ou les *Tute Bianche*<sup>42</sup> en Italie, ou alors des combinaisons de vêtements, à l'image des *Teddy Boys*<sup>43</sup>, des *Teddy Girls*<sup>44</sup>, des punks ou encore des hippies, ont été détourné pour être utilisés afin de véhiculer des idées, des valeurs, etc. Se retrouvant propulsés hors des cycles convenus, ces vêtements constituent un vestiaire de vêtements et d'accessoires symboliques, qui sont devenus et resteront probablement dans l'imaginaire collectif comme des armes de revendications sociales.

Les *Teddy Boys* en Angleterre dans les années 1950, par exemple, reflétaient leur idéologie au moyen d'un style vestimentaire distinctif aux inspirations de l'époque édouardienne<sup>45</sup> (1901-1910). Ils portaient des redingotes<sup>46</sup> sombres, des fines

42 Peut être traduit par : combinaison blanche.

43 Le mouvement tire son nom d'un titre de journal de 1953 qui utilisait le diminutif de *Teddy* pour Edward, auquel le journal à ajouté *Boy*, garçon en anglais.

44 Le terme *Teddy Boys* à était repris et transposé en version féminine, qui à donné *Teddy Girls*, ce qui veut dire fille en anglais.

45 Succédant à l'époque victorienne, l'époque édouardienne au Royaume-Uni correspond à la période du règne d'Édouard VII. Factuellement, elle s'étend de 1901 à 1910, mais elle est parfois étendue et inclue le naufrage du Titanic en 1912, ou la Première Guerre mondiale, soit jusqu'en 1918.

46 Provenant de l'anglais *riding-coat*, un vêtement pour monter à cheval, les redingotes étaient donc de longs et amples manteaux avec des basques qui pouvaient se rejoindre à l'avant du vêtement. Aujourd'hui on utilise le terme de redingote pour désigner un manteau mal ajusté à sa taille.

cravates et des pantalons serrés tailles hautes qui exposaient leurs chaussettes. Ils étaient de jeunes hommes issus du prolétariat, qui incarnaient la naissance d'une culture de consommation et le rejet de l'austérité d'après-guerre. Paradoxalement à la valeur et à la sophistication de leurs vêtements, caractérisés par la rigidité du système britannique de l'époque édouardienne, ils se jouaient du prestige qui leur étaient associés en faisant preuve d'une grande violence au sein de leurs différents gangs. Ils sont connus pour avoir été des adolescents rebelles, racistes et xénophobes qui ont semé la terreur dans les grandes villes. À différencier des *Teddy Girls*, issues de la classe ouvrière des quartiers pauvres de Londres, qui portaient les mêmes vêtements, mais pas le même message. Elles quittaient généralement le système scolaire à 15 ans pour travailler dans les usines ou les bureaux, et rejetaient le rôle traditionnel que la société britannique d'après-guerre tentait de leur imposer. En plus d'être un miroir de l'époque, ce style vestimentaire véhiculait, par le détournement, la rébellion. On a par la suite dans les années 1960, issus du baby-boom, le style hippie qui réclamait douceur et pacifisme, à l'image de leurs vêtements larges et très colorés. En négation à celui-ci, au milieu des années 1970, le style punk apparaît. Remettant en cause tous les codes et contraintes d'une culture de masse uniforme, en partie par des vêtements sombres (qui contrastaient avec les couleurs très vives de leurs cheveux) déchirés, aux imprimés très voyants, et beaucoup de cuir. Tous ces différents styles vestimentaires, qui naissent souvent par la contestation, sont le reflet des idéologies et de leurs valeurs.

En ce qui concerne les vêtements détournés, on peut citer les *Tute Bianche*, un mouvement de contestation altermondialiste<sup>47</sup> italien des années 1990. Ses partisans portaient tous des combinaisons blanches (ce qui a par la suite donné leur nom) comme héritage des bleus de travail du prolétariat industriel, car « la couleur blanche est celle que l'on obtient en mélangeant toutes les autres »<sup>48</sup>. Comme autre mouvement de contestation, on a les bonnets rouges bretons, apparu en 2013 en réponse à la taxe sur les camions et à de nombreux plans sociaux dans l'industrie agroalimentaire. Cette coiffe a été choisie pour faire référence au soulèvement des paysans bigoudens du XVII<sup>e</sup> siècle suite à de nouvelles taxes. Celui-ci est connu sous le nom de « révolte des bonnets rouges » en référence au vêtement très populaire de cette époque. Et plus récemment encore, en novembre 2018, les incontournables Gilets jaunes. Apparu suite à un appel à la manifestation sur les réseaux sociaux contre l'augmentation du prix des carburants issue de la hausse de la TICPE (Taxe Intérieure de Consommation sur les Produits Énergétiques). S'ensuit une réappropriation sociopolitique du vêtement (à l'origine de travail), obligatoire pour tous les automobilistes. Les gilets jaunes fluorescents de hautes visibilités dormants dans les voitures des français se retrouvent à devenir un symbole et un étendard collectif pour une grande partie de la société. À l'image des autres mouvements de luttes, l'utilisation de vêtements du quotidien,

.....

**47** L'altermondialisme désigne les mouvements qui promeuvent l'idée qu'une autre organisation du monde est possible. Ils ne rejettent pas la mondialisation mais proposent plutôt de la réguler.

**48** Témoignage d'un militant des *Tute Bianche* repris dans le film *Disobbedienti* du cinéaste autrichien Oliver Ressler, 2002.

détournés en emblèmes de contestation est un acte très fort. Mais il l'est d'autant plus pour les gilets jaunes, car ceux-là étaient imposés par l'État dans le but de garantir une plus grande visibilité lors d'accidents de la route. Ce fut le moyen pour les citoyens d'utiliser cette visibilité optique, pour en faire une visibilité politique et le retourner à l'État<sup>49</sup>. Il est également intéressant de souligner que les habituelles interventions graphiques (slogans, images détournées, illustrations...) utilisées lors des manifestations, habituellement sur des pancartes ou autres surfaces, se retrouvent à être directement inscrit sur le dos des gilets, comme image métaphorique du poids que les citoyens portent sur leur dos<sup>50</sup>. À travers ce vestiaire militant nous pouvons remarquer que l'empreint de vêtements du quotidien colorés y est très important. À l'inverse des *black bloc*<sup>51</sup> vêtues de noir pour être le plus invisible et le moins reconnaissable possible, les différents mouvements contestataires comme les *Tute Bianche*, les bonnets rouges ou les gilets jaunes utilisent des vêtements colorés pour être le plus visible possible et ainsi, faire apparaître des vagues de couleurs en signe revendication dans l'espace public<sup>52</sup>.

Les vêtements sont des éléments déterminant dans la constitution des identités individuelles et collectives, ce sont des marqueurs sociaux. La Mode devient un enjeu, car notre apparence est destinée à être perçue de telle manière ou telle autre par la société, elle peut même être envisagée comme un

49 Voir l'article de Maxime Boidy « Textures vestimentaires et politiques du gilet jaune », 2021, p. 166-173.

50 De nombreux exemples récoltés par le collectif Plein le dos, sur [pleinledos.org](http://pleinledos.org).

51 Peut être traduit par : bloc noir.

52 Voir l'article de Monique Sicard « Gilets jaunes : la force des images », 2021.

vecteur d'ascension sociale. Y compris quand nous choisissons de nous en tenir à une expression qui pourrait être qualifié « d'utilitaire » ou de « passe-partout », chaque individu est considéré comme responsable de l'image qu'il donne à voir de lui. Même si cette image est sujette à interprétation et varie en fonction de la personne qui nous « juge », elle passe en grande partie par les vêtements que l'on porte, car c'est la première chose que l'on voit d'une personne qui nous est inconnu. C'est en cela qu'il est difficilement envisageable de rompre avec les cycles établis en choisissant d'enlever aux vêtements leur caractère esthétique pour se focaliser sur leur caractère utilitaire, un peu à la manière des trousseaux de mariage qu'une fille se devait d'avoir au cours du XIV<sup>e</sup> siècle, qui se constituait d'un ensemble de textiles (vêtements et linges de maison). Car même les vêtements utilitaires ont une histoire, évoquent une symbolique sociale et évoluent au fil des années. Il est tout de même intéressant de remarquer que ces vêtements de travail ou symboliques, à l'origine, hors des différents cycles du début de la chaîne, se retrouvent à devenir des sources d'inspiration. Frédéric Monneyron, dans son livre *La mode et ses enjeux* de 2005 nomme ce phénomène « le genre pauvre ». Il dit : « Chanel a lancé le genre pauvre, elle a introduit au Ritz le tricot de l'apache, rendu élégant le col et les manchettes de la femme de chambre, utilisé le foulard du terrassier et habillé les reines en combinaison de mécano. ». Tant et si bien, qu'il est possible aujourd'hui de retrouver en friperie un bleu de travail.<sup>53</sup> Au même

.....

**53** Voir l'article de Nathalie Rousset « Le vêtement de travail, une deuxième peau », 2009. Ginette Francequin a retranscrit une centaine d'entretiens qu'elle a effectué auprès de diverses populations de travail : pompiers, infirmières, avocats, bouchers, gendarmes (artisans, cadres, ouvriers...) au sujet de leur vêtement de travail.

titre que certains créateurs comme Christophe Lemaire (qui a travaillé chez Dior et Hermès), entre autres, utilise le terme « d'uniforme », qui définit à l'origine les costumes militaires, ou autre vêtements imposés dans le monde du travail, pour parler de son style et de ses créations. Les styles vestimentaires initiés par des groupes sociaux se sont aussi retrouvés à devenir des sources d'inspiration pour les créateurs de Mode. Pour n'en citer que quelques-uns, on a Vivienne Westwood, Thierry Mugler ou encore Jean-Paul Gaultier qui ont récupéré des éléments forts de l'esthétique punk dans leurs créations. Finalement, la quasi-totalité des vêtements ou des styles vestimentaires se retrouvent dans leurs rouages de la Mode.



### **Retour à des techniques artisanales et à un rythme plus lent**

Jusqu'en 1970 environ, le filage, la couture, le tricot ainsi que la broderie étaient des pratiques que l'on enseignait aux filles à l'école. L'enjeu était de les préparer au travail domestique et de former les plus pauvres d'entre elles aux métiers du textile<sup>54</sup>. L'arrêt de cet enseignement, l'arrivée du prêt-à-porter et l'accès à des vêtements moins coûteux ont contribué à la perte de ce savoir-faire. Dans les années 1970, les magazines féminins populaires

54 Voir l'article de Caroline Fayolle, « Le sens de l'aiguille. Travaux domestiques, genre et citoyenneté (1789-1799) », 2012, p. 165-187.

offraient des patrons de couture, aujourd'hui, il n'y a que très peu de personne qui sachent en déchiffrer un. Pour ma part, j'en suis bien incapable, même un simple ourlet de pantalon me semble compliqué à réaliser. Néanmoins, un regain d'intérêt pour ces pratiques textiles se fait ressentir chez les nouvelles générations, que se soit pour apprendre à faire un vêtement de A à Z soi-même, ou du moins savoir le réparer, ou alors en préférant acheter des vêtements fait mains plutôt que dans un magasin classique. C'est probablement en grande partie grâce à la plateforme YouTube qui offre un grand nombre de tutoriels vidéos (qui sont donc gratuit) divers et variés sur le sujet.

La Mode, et plus particulièrement la Mode de luxe n'a cessé d'avoir recours à des artisans pour la réalisation de leurs créations. Qu'ils soient maroquiniers, évantaillistes, maquettiste, plumassiers, dentelliers, brodeurs, etc. Leurs savoir-faire sont effectivement nombreux et indispensables aux grandes maisons de Haute-couture. Néanmoins, niché dans leur atelier, ils travaillent sur des vêtements de luxe, par conséquent peu accessibles et sont souvent oubliés du grand public. Cependant, la fondatrice d'Anti-fashion, Stéphanie Calvino<sup>55</sup> nous fais remarquer que « Les consommateurs se posent de plus en plus de questions sur leurs achats, ils sont en quête de sens », et beaucoup se tournent vers des vêtements produits de manière artisanale. Outre le fait d'avoir des vêtements de meilleures qualités et plus respectueux à la fois de l'humain et de l'environnement, les principales raisons de cet intérêt grandissant sont notamment : la possibilité de créer du lien en rencontrant le créateur, le retour à un circuit court en favorisant le local ainsi

.....

<sup>55</sup> Stéphanie Calvino, graphiste de métier a lancé, avec Lidewij Edelkoort, Anti\_Fashion en 2016.

qu'une meilleure visibilité sur toute la chaîne de fabrication par la transparence des matériaux utilisés et les moyens de production. Chaque pièce d'un artisan, qu'elle soit produite en petite quantité ou de manière unique fait preuve d'authenticité, d'unicité et de qualité. En se recentrant sur des vêtements durables, ces valeurs répondent au désir naissant des consommateurs de retrouver du sens dans ce qu'ils achètent et de contribuer à consommer moins mais mieux. Dans le prolongement de cette quête de sens, ils apprécient de connaître la personne à l'origine du vêtement qu'ils vont acheter, voir même être dans la co-création en échangeant des idées, et ainsi rendre l'acquisition unique. C'est finalement une volonté de retour à un circuit court en soutenant des créateurs et des matériaux locaux, et ainsi contribuer à soutenir et à perpétuer un savoir-faire.

De plus en plus d'initiatives voient le jour dans le but de consommer autrement la Mode mais aussi dans celui de recréer du lien entre ceux qui la fabriquent et ceux qui la portent. Prenons l'exemple du projet Itinérance. Caroline Perdrix et Alexia Tronel créatrices de la marque française (je dirai même marque marseillaise) de *slow fashion* Atelier Bartavelle, décident de lancer le projet Itinérance en 2018 afin de célébrer les savoir-faire artisanaux de la Méditerranée. L'idée est de voyager dans les pays du pourtour méditerranéen afin de travailler avec des artisans et artisanes locaux à la création de mini-collections vendues en circuit court. Elles ont par exemple pu tricoter 13 pulls uniques avec des *yayas* (grands-mères) grecques sur l'île de Tinos. Ou encore créer des chemises, des bobs et des pantalons unisexes avec des brodeuses tunisiennes. « Nous voulons rendre notre chaîne de production la plus transparente possible et donner un visage

et un nom à toutes les personnes qui contribuent à la réalisation d'un vêtement »<sup>56</sup>. Le projet met en lumière l'expertise textile au travers de leurs collections de vêtements co-crées mais aussi par la documentation de ce processus de recherche et de production. De nombreuses photos, vidéos et podcasts sont disponibles sur leur site.

Il existe également Ardelaine, c'est une société coopérative participative, un « groupement de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs besoins économiques, sociaux et culturels au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement. » Ardelaine existe depuis près de 40 ans et n'a cessé d'accroître son activité, tout en s'inscrivant dans une économie circulaire. Ils utilisent quasi-exclusivement la laine, une matière 100 % naturelle et renouvelable, puisqu'elle repousse chaque année sur le dos du mouton. Avec cette fibre, ils fabriquent des articles utiles et durables : des matelas qui durent plus d'une vie, des couettes en laine et des vêtements qui sont conçus pour être les plus intemporels possibles. « Si la laine au bout du cycle retourne à la terre, l'argent généré par nos activités revient lui aussi de manière durable au territoire. » Ardelaine est labellisée « Entreprise du Patrimoine Vivant », elle travaille en partenariat avec différents partenaires locaux, et contribue ainsi à une préservation des savoir-faire et à l'enrichissement d'un territoire. Parmi ces partenaires, il y a par exemple un filateur teinturier qui exerce dans la Creuse avec qui ils mettent en place de nouveaux coloris naturels chaque année, ou encore le laveur, qui travaille dans la région de Biella au Nord de l'Italie, qui garantit

.....

**56** Alexia Tronel, lors d'une interview de Sophie Abriat pour I-D magazine en juillet 2019.

un lavage écologique avec un retraitement des eaux usées, il n'en existe plus en France. Et bien évidemment les éleveurs et éleveuses de moutons, avec qui Ardelaine a un contrat qualité qui les engage à ne pas traiter les toisons avec des produits interdits ou déconseillés, sur la référence du cahier des charges de l'élevage biologique. Ainsi, ils tondent plus de 40 tonnes de laine auprès de 200 éleveurs partenaires, et produisent dans un rayon d'environ 400 kms. (p.150 • 159)

Nous sommes dans une époque qui semble être pleine de contradictions. Les nouvelles technologies, internet ou encore les réseaux sociaux, font partie intégrante de nos vies. Les nouvelles générations sont de plus en plus connectées, l'industrie est bouleversée par des innovations qui poussent à la productivité, mais certains consommateurs recherchent des artisans avec un savoir-faire et des méthodes traditionnelles qui sont synonymes de qualité et de pérennité. Est-ce que l'internet et l'artisanat sont réellement en opposition ? C'est effectivement ce que l'on pourrait penser au premier abord, Internet rime souvent avec surconsommation et rapidité, on commande un produit en ligne, et on le reçoit sous 48h. Ce qui n'est pas très compatible avec l'artisanat et son rythme beaucoup plus lent. Mais en réalité, internet favorise plus l'artisanat qu'il ne lui porte préjudice. La première raison est qu'il offre une meilleure visibilité aux artisans et aux produits qu'ils proposent. Il est maintenant possible de réaliser un site web soi-même à peu de frais ou plus simplement encore, de s'inscrire sur une application adéquate comme Etsy<sup>57</sup> par exemple, ce qui leur donne une vitrine quasi-gratuite et visible du plus grand

57 Etsy est une plateforme de vente en ligne, fondée en 2005, spécialisée dans les créations artisanales, le fait-main, et le vintage.

nombre. Cela permet de vendre plus facilement, notamment par le biais des paiements en ligne, tout en évitant de passer par les géants de la distribution avec leur lot de conditions ainsi que les marges qu'ils prennent sur les ventes. En somme, les nouvelles technologies dans leur ensemble ne devraient pas être boudées par les artisans, mais plutôt leur servir de nouvel outil pour mieux communiquer.

Considérer les vêtements que l'on porte de la même manière que d'autres produits de consommation courante, en prenant uniquement en compte leur aspect fonctionnel ne nous empêcherait-il pas d'entretenir un rapport plus respectueux avec ceux-là ? L'enjeu est de trouver un juste milieu entre créations de luxe peu accessibles et vêtements jetables. Une des solutions pourrait être de revaloriser le travail des artisans textiles, en acceptant certes, de payer un vêtement plus cher, mais qui aura une meilleure qualité, et avec lequel on entretiendra un lien affectif bien supérieure. Cette solution permet principalement de sortir des cycles de production et de consommation habituels en les envisageant de manière plus artisanale, raisonnable et pérenne, ce qui par conséquent prolongera son cycle de vie.

### **Trouver des solutions par le design**

Faire le choix de concevoir différemment la Mode en passant par une conception du design des vêtements, que ce soit en optimisant au maximum leur forme, en choisissant des matériaux adaptés/ responsables/ innovants ou en passant par des moyens de production novateurs par exemple, est une des possibilités à envisager. Dans ce cas, le but n'est pas de sortir du système cyclique de la Mode, mais plutôt de trouver des moyens d'étirer

volontairement un ou plusieurs de ces cycles dans le temps, et ainsi d'augmenter la durée de vie des vêtements.

Pour prolonger le cycle de vie d'un vêtement, on peut les concevoir selon 3 principes de durabilité : physique, esthétique et émotionnelle. La durabilité physique fait référence au fait qu'un vêtement soit conçu pour résister aux dommages dus à l'usure, elle est influencée par sa conception et sa production et peut être renforcée par le choix de tissu durable et adapté à l'usage. Pour la mesurer, il faut prendre en considération : la construction et la densité du tricot ou du tissage, la résistance à la déchirure ainsi que la résistance à la forme et à l'abrasion. Des empiècements comme l'entrejambe ou les coudes par exemple peuvent subir plus de tension, on peut donc envisager de les renforcer par des tissus plus épais ou par des points de couture supplémentaires. Des empiècements plus épais ou tricotés d'une manière différente aux poignets, au cou et sur l'ourlet d'un t-shirt ou d'un sweat-shirt, peuvent leur permettre de conserver leur forme plus longtemps. Il existe aussi des tissus techniques qui peuvent prévenir les taches, les UV, l'humidité, les odeurs... Cela peut être très intéressant pour des vêtements de sport par exemple. Et naturellement, fournir des instructions d'entretien simples lors de la vente d'un vêtement, peut encourager la réparation ou la réutilisation de celui-ci et influencer le comportement des consommateurs pour en prendre soin. Cela peut également affecter la durabilité et la longévité du vêtement.

La durabilité esthétique comme son nom l'indique, fait référence à l'esthétique du vêtement. Le but étant de concevoir un vêtement dont l'esthétique va pouvoir outrepasser les tendances et perdurer dans le temps. Pour faire, on a deux stratégies : s'éloigner des tendances (qui sont majoritairement éphémères) et

concevoir (ou consommer) des vêtements plutôt « classiques » et intemporels. Autrement dit, on va avoir des coupes de vêtements simples et harmonieuses, des couleurs neutres avec des pièces plutôt en monochrome. Cela permettra au vêtement de s'adapter à diverses occasions et saisons, et donc d'être plus durable dans le temps. À l'inverse, la deuxième stratégie consiste à concevoir un vêtement le plus original et unique en son genre possible. Sa coupe, sa matière, ses couleurs le rendent tant singulier et intéressant qu'il sera conservé pendant longtemps.

La durabilité émotionnelle elle, fait référence à l'attache affective qu'un consommateur porte à son vêtement. Plus cette attache est élevée, plus le consommateur va vouloir le conserver et le porter. La durabilité émotionnelle peut se créer sous plusieurs aspects. Elle peut se manifester lorsqu'un vêtement fait référence à souvenir : « c'était l'écharpe de ma grand-mère », « j'ai porté cette robe pour telle occasion qui me tient à cœur »... La narration et la transparence de la fabrication du vêtement peuvent aussi renforcer le lien émotionnel : « une amie m'a crocheté ce pull », « j'ai rencontré la couturière que m'a confectionnée cette veste », « mon sac est unique, et a été conçu grâce à des déchets plastiques du Malawi par un Malawien, son nom est inscrit sur l'étiquette »... Le confort et la qualité de la pièce peuvent également jouer un rôle important : « c'est mon jean préféré, je me sens super à l'aise dedans »... Et enfin, amener le consommateur à participer au processus de création d'un vêtement, qu'il pourra ainsi personnaliser selon ses goûts et besoins. Ou bien concevoir des pièces qui pourront évoluer/ être modifié au fil du temps de la même manière que nos goûts et besoins évoluent sont deux moyens qui ont un grand potentiel d'améliorer la durabilité émotionnelle.

Ce qui m'amène donc aux vêtements pensés pour être modulaires, qui ont également pour but de faire participer le consommateur dans la création du design de ceux-là. C'est selon moi, une piste non-négligeable pour allonger les différents cycles. Un vêtement modulable est construit par différents éléments qui, au fil du temps, peuvent être adaptés selon les besoins et envies en ajoutant ou en retirant des pièces sans modifier tout le vêtement. Ce système permet d'ajouter ou d'enlever des usages à un vêtement (capuches, poches, manches, doublures...) ou alors de lui faire changer de style (jouer sur les couleurs ou les motifs des éléments). Ces différents éléments doivent être conçus pour être détachables et interchangeables grâce à l'utilisation de systèmes d'attache (fermetures éclair, des boutons, des boucles, des aimants...). Les conceptions modulaires permettent aux vêtements d'être personnalisables, adaptables, évolutifs et facilement réparables. La vie d'un vêtement peut se terminer parce qu'il est incapable de s'adapter à l'évolution des besoins et des désirs du consommateur. En somme, l'ajout d'éléments comme une couche thermique à un trench-coat par exemple, permet de prolonger son utilisation au fil des saisons, et donc de prolonger son cycle de consommation et de vie. Ces cycles peuvent se prolonger également grâce aux différents éléments détachables qui sont donc plus facilement réparables mais aussi recyclables, car le vêtement est conçu pour être démonté. Pour finir, le fait que le vêtement puisse changer de style lui permet de répondre à différentes tendances et donc de limiter la surconsommation.

La taille d'un vêtement est une autre des raisons courantes pour laquelle il n'est pas utilisé aussi longtemps que prévu. Des solutions simples comme l'ajout d'un élastique à la taille par

exemple sont déjà utilisées pour des vêtements de grossesses ou pour les enfants. Mais des systèmes plus innovants peuvent être envisagés pour correspondre aux changements de nos corps tout au long de notre vie, et donc de prolonger celle de nos vêtements. On peut imaginer des systèmes d'attaches, autres que la fermeture éclair, qui permettraient un meilleur ajustement à la taille comme, entre autres, des cordons ou des boutons supplémentaires. La marque Petit Pli<sup>58</sup> montre que l'innovation peut aussi se faire par le tissu en lui-même grâce à la technique du pliage. « Le concept repose sur l'utilisation ingénieuse des matériaux, les coques imperméables polyvalentes de Petit Pli sont plissées de manière à pouvoir se développer dans les deux sens pour s'adapter jusqu'à 7 tailles. Les parents achètent donc un vêtement et pas sept. Tout cela revient à moins: de gaspillage de matière à la production, de travail, de transport et déchets en fin de vie. »

On peut aussi considérer des systèmes participatifs qui engagent le consommateur à faire partie du processus de conception et/ou de fabrication du vêtement. Par le biais d'une sélection et d'une combinaison d'éléments d'un vêtement modulable comme on l'a vu précédemment. Mais aussi grâce à des kits ou guides de création, avec un tissu et un patron par exemple. Cela permet de créer des vêtements qui répondent aux besoins et désirs spécifiques des consommateurs, de montrer des compétences artistiques personnelles, et donc d'accroître le lien émotionnel que l'on peut entretenir avec un vêtement, de fait, on le conservera plus longtemps. Prendre part au processus de

.....

**58** Petit Pli est une marque de vêtements fondée en 2017 par l'ingénieur aéronautique Ryan Mario Yasin. Elle invente et applique des technologies matérielles innovantes aux vêtements.

conception permet également l'acquisition de compétences qui pourront être réutilisées pour la réparation d'autres vêtements.

La Mode, en tant qu'industrie, se caractérise par une dualité fondamentale. En effet, il s'agit à la fois d'une activité économique à but lucratif et d'une activité artistique avec des considérations esthétiques : elle génère des objets et des symboles. Les créateurs de Mode transforment des matières premières inertes en objets à la fois utilitaires et porteur d'esthétisme et de sens. Comme il semble difficile de rompre complètement avec ces cycles qui constituent la Mode, nous pouvons envisager de les étirer dans le temps que ce soit par le biais d'une démarche artisanale et/ou par la création de design novateurs par exemple, de fait, les cycles de vie des vêtements seront plus longs. Jusqu'où pouvons-nous aller dans cet étirement ? Est-ce que les vêtements doivent être conçus pour excéder la vie d'une personne ? C'est, en réalité, déjà le cas pour les vêtements conçus avant et aux prémices du prêt-à-porter. Si l'on peut retrouver des vêtements fabriqués dans les 1960 toujours en excellent état dans les friperies, cela veut dire qu'ils ont plus de 60 ans et qu'ils peuvent probablement perdurer encore 60 de plus. Le rythme effréné à laquelle nous produisons et consommons les vêtements nous a entraîné à écourter leur durée de vie. L'enjeu sera donc de retrouver un rythme plus lent qui sera bénéfique à la fois pour l'humain et l'environnement.







• Photographie de Charles Fréger, série Bleus de travail, Soudeur, 2002-2003.



• Vêtement de la créatrice Claudia Li, collection automne hiver, photographie de Shawn Brackbill, 2016.



• Photographie d'Helga Paris,  
série *Women at Work*, 1984.



• Vêtement de Moncler et Richard Quinn,  
Fashion Week de Milan, collection  
Tom + Lorenzo, 2019.



• Vêtement de Stella McCartney,  
collection printemps été, 2017.



• Photographie de Charles Fréger,  
série Les tabliers, 2010.



• Photographie de Cécile Duflot portant une robe à fleurs lors d'une prise de parole à l'Assemblée nationale, 17 juillet 2012.



• Photographie de la ministre de la Culture Roselyne Bachelot à la fin du Conseil des Ministres

prise par d'Arthur Nicholas Orchard et Hans Lucas le 25 août 2021.



• Photographie d'un groupe de *Teddy Boys*  
sur le front de mer à Lowestoft  
prise par Juliette Lasserre en 1955.



• Photographie d'Élsie (15 ans), Rose Hendon, Mary Toovey et Jean Rayner (14 ans), devant le Seven Feathers Club, rue Edenham, North Kensington. Photographie de la série *The Last of the Teddy Girls* de Ken Russell, janvier 1955.

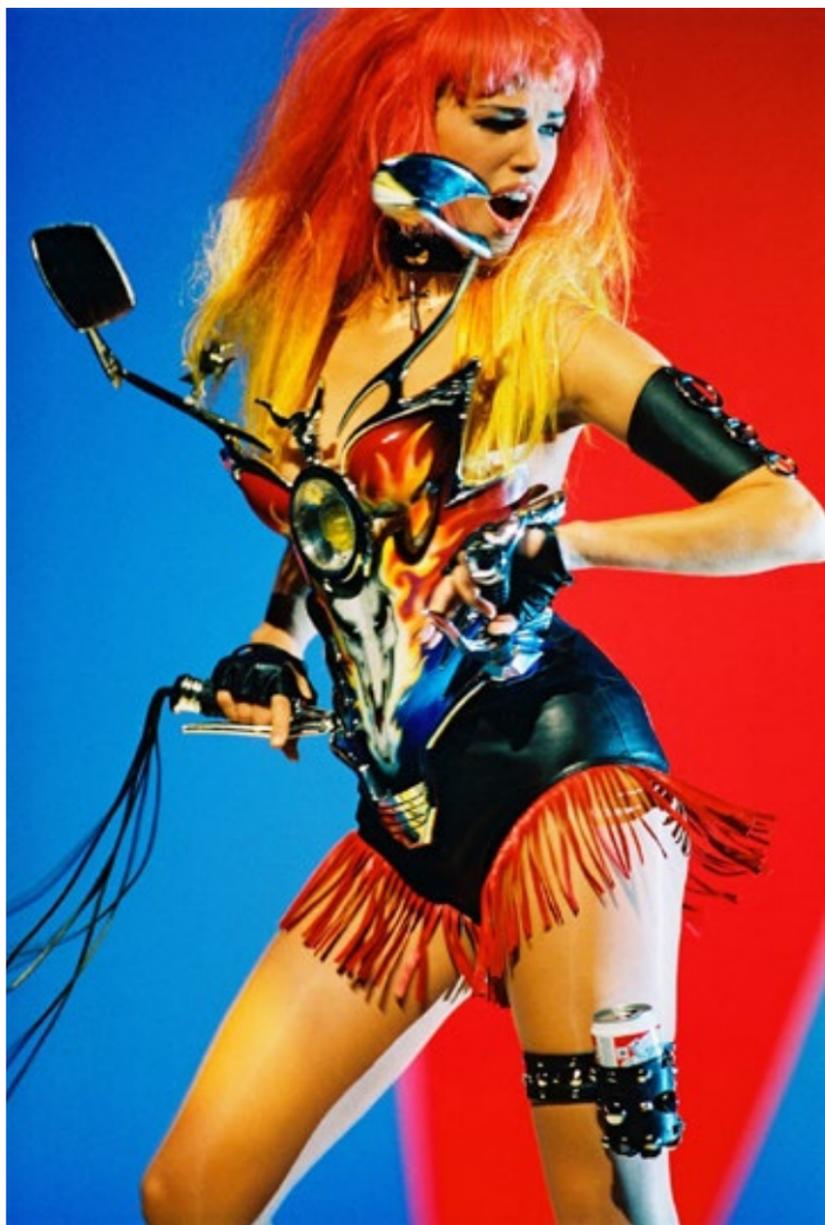




• Photographie issue de planches contact des photos prises par le père de Chris Killip (Chris les a développés en 2016) à *The Station*, un centre de musique punk de Gateshead en 1982.

• Photographie de Krishna Devotee au Golden Gate Park, prise par Elaine Mayes en 1967.

• Photographie du final du défilé printemps-été 2010 de Vivienne Westwood prise par Stéphane Cardinale.



• Photographie d'une pièce de la collection de prêt-à-porter automne-hiver 1979 de Thierry Mugler.



• Photographie d'un look de la collection « Les Punks » de Jean-Paul Gaultier, prise par le duo de photographes Torso, 2021.



• Photographie d'un affrontement  
des *Tute Bianche* le long du Naviglio  
Grande à Milan, prise par Carlo Cerchioli  
le 30 juin 2001.



• Photographie de Julien Ermine dans la série Les bonnets rouges, entre colère et revendication, 2014.





• Photographie de Charles Fréger,  
dans la série Les hommes verts, 2003.

• Photographie d'une manifestation,  
de Martin Colombet pour Libération, 2018.

• Bulletin, impression numérique en noir  
sur papier jaune, collectif Plein le dos,  
2019-2021.



- Photographie sur verre en noir et blanc, 18 x 24 cm, cours de couture des filles à l'école de la Martinière de Lyon, Bibliothèque municipale de Lyon, 1946.

- Photographie des pulls réalisés, Tinos, Grèce, projet Itinérance, Philippine Chaumont et Agathe Zaerpour, 2018.

- Photographie d'Agnisa, Atina et Poppy qui tricotent, Tinos, Grèce, projet Itinérance, Philippine Chaumont et Agathe Zaerpour, 2018.





• Photographie d'Agnisa et son pull, Tinos, Grèce, projet Itinérance, Philippine Chaumont et Agathe Zaerpour, 2018.



• Photographie de Jamila qui brode,  
Tunisie, projet Itinérance, Philippine  
Chaumont et Agathe Zaerpour, 2019.



• Photographie, chemise portée, Tunisie, projet Itinérance, Philippine Chaumont et Agathe Zaerpour, 2019.

## Ardelaine: une coopérative qui travaille la laine

**Lauryn :** Vous vous définissez en tant que « coopérative de territoire », qu'est ce que ça signifie exactement ? Quelles sont vos particularités en tant qu'acteur de l'industrie de la Mode ?

**Jean-Christophe :** Nous, c'est un peu particulier parce qu'on est présent du début jusqu'à la fin de la chaîne. C'est-à-dire qu'on travaille la laine comme matière, donc on part de la tonte des moutons, pas depuis l'élevage, mais depuis la tonte, on est directement en lien avec les éleveurs. On gère également avec des partenaires tout ce qui est de l'ordre de la préparation de la matière, la collecte, etc. On a aussi un prestataire pour ce qui est de l'ordre du lavage. On passe aussi par un prestataire pour ce qui est du fil, ensuite on récupère la matière et on a nos propres ateliers de tricotage puis de couture et ensuite les produits finis nous reviennent, et bien sûr entre deux on a toute une étape de création des modèles. Et on les vend principalement en vente directe, sur Internet, mais aussi sur les foires et dans notre propre main sur place, notre magasin d'usine, on va dire. Parce qu'en fait, on a pas mal d'activités autour de la laine, on est aussi un site touristique, avec

des parcours autour de l'histoire de la laine, on a également un restaurant, une librairie aussi, etc.

**Lauryn :** J'ai pu voir sur votre site que vous vendiez environ 80 modèles de vêtements, est ce que ce sont des produits permanents que vous produisez en fonction de la demande peut-être ? À quelle fréquence vous renouvelez vos articles ?



**Jean-Christophe** : Alors, oui relativement, d'une année sur l'autre on va changer, on va rajouter des modèles, en enlever certains. Mais on ne s'inscrit pas dans plusieurs domaines relatifs à la Mode classique j'ai envie de dire. Déjà dans le rapport aux cycles, à la fréquence de la Mode, on n'est pas là-dessus. On veut aussi fournir des produits qui durent dans le temps, ou du moins le plus possible, on a des produits qui sont conçus pour et qui peuvent durer des années. On a des collections qui sont reconduites d'année en année, et quand certaines deviennent un peu trop datées, typées des années 1980/ 1990 par exemple ont les a petit à petit éliminées. Mais on a aussi une clientèle d'un certain âge, qui reste aussi sur leurs habitudes, donc on a encore quelques modèles qui sont un peu plus classiques `quoi. Après, on a aussi des modèles qu'on a remis au goût du jour comme les hoodies, ce genre de choses. On fait aussi un travail de création que ce soit sur les manteaux, ou sur les vestes, les robes, etc. Mais chaque modèle est à priori fait pour durer sur plusieurs années, donc on est vraiment pas du tout dans le cycle de la Mode. Nous, pour ce qui est de la création, en ce qui concerne l'achat de la matière par exemple, on ne se base pas sur les cours de la laine pour faire l'achat aux éleveurs sinon la plupart du temps, ils auraient des prix très très bas et nous garantissons un prix minimum d'achat qui ne bouge pas, et qui est en général largement au-dessus du cours du marché. C'est particulièrement

en ça que l'on se détache du reste de l'industrie de la Mode. Et on est aussi sur des circuits courts, on récolte notre matière sur un rayon assez faible, quelques dizaines de kilomètres maximum autour de « l'entreprise » on va dire. Et ensuite, pour ce qui est des différents partenaires, ce sont vraiment des partenaires et pas des prestataires, parce qu'on a investi dans leurs équipements, on reste aussi sur vraiment peu de kilométrage. Pour un vêtement, on doit être aux alentours de 300 kms maximum, en comptant les différents allers-retours pour le lavage, etc.

**Lauryn :** Et donc en ce qui concerne la création vous avez un designer textile en charge de ça ?

**Jean-Christophe :** Oui, on a quelqu'un dans notre équipe en charge de ça. Mais on travaille aussi collectivement, on travaille aussi beaucoup avec les retours des clients parce qu'on est en lien direct avec eux, ça nous permet d'avoir des retours directement de leur part. Donc on traite aussi tous ces retours qui vont alimenter la réflexion afin d'améliorer les modèles, pour les renforcer ou aussi parfois de les abandonner, ou pour mieux concevoir les prochains.

**Lauryn :** Est-ce que vous avez un type de clientèle en particuliers ou pas ? Et est-ce que vous avez vu une certaine évolution ces dernières années ?



**Jean-Christophe :** Alors, pour le coup, je ne peux pas vous donner d'informations exactes, je ne peux vous donner que du ressenti là-dessus. Mais bon, on voit que ça évolue ces dernières années, on a une bonne partie de notre nouvelle clientèle qui est là parce qu'ils ont envie de s'éloigner de la Mode traditionnelle et qui voit en la laine et en notre mode de fonctionnement une bonne réponse à ça. Et donc, on a depuis quelque temps des clients qui veulent revenir à ce type de produits en laine qui tiennent vraiment chaud, qui sont un peu intemporels et qui durent dans le temps.

**Lauryl :** J'ai pu voir sur le site internet que vous aviez commencé uniquement avec la production de vêtements et autres objets en laine comme des couettes, des oreillers et des matelas, mais qu'aujourd'hui vous proposez une grande diversité de service et de produits, comme le musée, le café-librairie ou le restaurant en plus de l'activité initiale. Pourquoi se diversifier autant ?

**Jean-Christophe :** Alors c'est principalement pour des questions de synergie, et aussi parce que notre activité n'est pas seulement de vendre des produits, mais aussi de développer un territoire. Donc par exemple, à Saint Pierreville, qui est un territoire rural de montagnes, on a environ 45 personnes qui travaillent sur le site. On a aussi fait le choix d'installer notre atelier de couture dans une zone

sensible de Valence, où il n'y avait aucune entreprise, donc on est la seule entreprise, mise à part quelques commerces alimentaires très éparés. Donc c'est aussi un choix, idéologique, on va dire, et si vous voulez, il y a aussi toute cette dimension de développement de territoires. À la base, c'est un collectif qui s'est monté, donc l'entreprise et la SCOP en fait, c'est l'émergence d'un collectif. Saint Pierreville c'est un village de montagne assez reulé, et si on a des touristes qui viennent visiter la boutique par exemple, il leur faut un certain temps pour arriver jusqu'à nous, et donc on décidé d'ouvrir un restaurant pour qu'ils puissent manger sur place. La librairie, c'était surtout pour des raisons de partage, c'est une librairie avec une sélection d'ouvrages en lien avec le territoire, ou bien des alternatives qu'elles soient économiques ou sociétales. Le café est aussi dans l'idée de proposer des services aux gens qui restent souvent là toute une journée. Parce qu'on propose aux gens, par exemple, de recarder un matelas qu'ils nous ont acheté, ça consiste à le retaper en quelque sorte pour avoir un matelas comme neuf à un prix moins cher. Et donc pour éviter qu'ils ne fassent plusieurs allers-retours, ils restent sur place toute la journée le temps qu'on recarde leur matelas, c'est pour cela qu'on a voulu proposer des activités et de quoi se restaurer directement sur notre site. On propose aussi des ateliers de filage, de tissage ce genre de chose. C'est une SCOP qui appartient directement aux salariés.



**Lauryn** : Alors justement, j'allais vous demander en quoi c'était différent d'être un coopérative.

**Jean-Christophe** : Alors, c'est un peu particulier parce que nous avons toutes les caractéristiques de la SCOP telle qu'elle a été imaginée au départ. Aujourd'hui, c'est une forme juridique qui parfois n'a plus de SCOP que le nom. La particularité des SCOP, c'est d'avoir 51 % des capitaux détenus par les salariés. Mais tout dépend du nombre de salariés qu'on a. Si vous avez seulement deux salariés qui possèdent 51 % du capital, ça n'a plus de SCOP que le nom, et on revient finalement à un système traditionnel. Chez nous en fait, tous les salariés deviennent coopérateurs au bout de deux ans. Ça permet donc à la fois d'assurer, on va dire, une stabilité de l'entreprise, c'est-à-dire que quand il y a un renouvellement de génération, on n'a pas un gros capital à sortir pour permettre aux générations suivantes de continuer à utiliser les outils de travail. Et ça permet également de répartir les parts de la SCOP à tous les salariés.

**Lauryn** : J'ai aussi vu sur votre site que vous arrivez à recycler la laine que vous avez produite. Dans quelles circonstances est-ce le cas ?

**Jean-Christophe** : Oui tout à fait, de toute façon, c'est vraiment l'idée de base. C'est de partir sur un autre modèle de consommation à partir

de ce qui est considéré par l'industrie en règle général par un déchet, c'est-à-dire la laine. Puisque la production de laine en France n'existe pas, elle n'existe que parce qu'on fait de la production de viande, c'est donc un sous-produit de la consommation de viande qui est considéré comme un déchet. Et donc pour en revenir à la question, on recycle de la laine qu'on va retravailler, recarder, que l'on va à nouveau étirer, parfois on la mélange en partie avec de la laine neuve pour avoir des fibres suffisamment longues pour faire du fil. C'est avec ces chutes de laine que l'on va faire des vêtements. On a aussi toute une gamme qu'on a sorti notamment cette année avec quasi-exclusivement de la laine recyclé, de mémoire sur un pull, on est à peu près à 70 % de laine recyclé sur cette gamme.



• Photographies issues du site web d'Ardelaine.



- Photographie d'un manteau modulaire 2 en 1 en coton bio de la marque Gaia & Dubos, 2022.

- Photographie d'un haut pour enfant issue du site de la marque de vêtements Petit Pli.

- Photographie d'un pantalon issue du site de la marque de vêtements Petit Pli.







## Conclusion

J'ai essayé de ne pas tourner en rond pendant l'écriture de ce mémoire, tout m'apparaissait comme étant cyclique, en tant qu'être humain nous ne cessons de recommencer des schémas intimes, sociaux, etc. Je suis moi-même une personne très routinière, mes journées s'organisent globalement de la même manière et je recommence tout du début le lendemain. C'est probablement une manière pour moi de palier à mon stress, chaque étape est programmée, et une fois effectuée je peux passer à l'autre. Cercle vicieux ou vertueux, je ne sais pas.

Cette idée de cycle et d'éternel retour aux tendances du passé, colle à la peau de l'industrie de la Mode. Je me souviens encore de l'expression de dégoût sur le visage de ma mère lorsque les pantalons pattes d'éléphant sont redevenus tendances, elle à qui on a enfilé ces pantalons qui trempaient ses chevilles d'enfant, et qui n'étaient selon elle que des « ramasse poussière ». « Je ne comprends pas comment de telles abominations ne cessent de redevenir à la mode. » avait-elle dit. Ces dernières années, la Mode s'est vu être dépeinte comme une industrie superficielle et très nocive, à la fois pour l'humain et pour la planète. Avec cette représentation, l'idée, mais surtout l'image du cycle est apparue sous un autre angle. En parallèle des éternels retours aux tendances antérieures, la Mode se veut être plus vertueuse, plus respectueuse, en changeant pour un fonctionnement cyclique plus « *green* ». Parfois, c'est le cas, et d'autres fois, ce n'est que de la poudre aux yeux. C'est là toute la force des images et du graphisme qui influence notre manière de penser et donc de consommer. Selon moi, le design graphique permet de rendre

compte formellement d'informations ou de savoirs afin de les rendre accessibles et compréhensibles, dans le dessein, d'instruire, de promouvoir ou d'informer. En cela, je trouve mon métier, incontestablement aussi incroyable qu'indispensable. Ceci dit, en tant que designer graphique, nous agissons sur les circonstances de réception et d'appropriation des informations et messages que nous passons à travers nos productions. Et parfois, comme nous avons pu le voir avec le *greenwashing*, le design graphique et son pouvoir de conviction peuvent être utilisés à des fins discutables.

J'en viens finalement à me (et vous) demander si le fait de regarder le design graphique sous le prisme du cycle pourrait être pertinent ? Car cette pratique peut aussi être envisagée selon des systèmes cycliques avec un cycle de création, de production ou de vie d'un projet par exemple. Dans cette optique, l'ouvrage *Green graphic design* de Brian Dougherty (2008) présente une méthode qu'il nomme « *designing backwards* » (designer à rebours), qui consiste à prendre en compte chacune des 6 étapes du cycle de vie d'un projet en commençant par la fin (déchet, utilisateur, livraison, entrepôt, reliure, impression) dans le but d'avoir une pratique plus responsable. Car même si ce n'est pas aussi flagrant que pour la Mode, le design graphique n'échappe pas au capitalisme et à l'accélération de nos vies de manière générale et se retrouve face à de nombreux problèmes comme la surproduction ou la surcharge informationnelle par exemple. Envisager le design graphique sous le prisme du concept du cycle permettrait de le concevoir en attribuant une place centrale aux enjeux écologiques indissociables des problématiques sociales et économiques contemporaines.

# Bibliographie

..... A .....

• **Abdmolaei, Shirin et Homa, Hoodfar,**

« Porter son identité à l'ère de la mondialisation : politiques du voile et de la mode en contextes musulman et occidental. »  
*Anthropologie et Sociétés*, volume 42, numéro 1, 2018, p. 81–111.

• **ADEME,**

Agence De l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie,  
établissement public national, consulté le 02/07/2022,  
disponible sur : [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)

• **Anti\_Fashion Project,**

site web du collectif, consulté le 12/05/2022, disponible  
sur: [www.anti-fashion-project.com](http://www.anti-fashion-project.com)

• **Association Renaissance,**

site web de l'association, consulté le 27/04/2022, disponible  
sur : [www.renaissance-project.org](http://www.renaissance-project.org)

..... B .....

• **Barthes, Roland,**

*Système de la mode*, Éditions Seuil, avril 1967.

• **Bertram, Rose Françoise et Chi, Ting,**

« E-grocery: comparing the environmental impacts of the online and offline purchasing processes », *International Journal of Logistics Research and Applications*, 2017, p. 254-264.

• **Bertolini, Gérard,**

« Les vêtements d'occasion et leurs pérégrinations », *Géographie et cultures*, 2006, mis en ligne le 29 avril 2020, p. 71-89.

• **Boidy, Maxime,**

« Textures vestimentaires et politiques du gilet jaune », *Parlement[s], Revue d'histoire politique* n°34, 2021, p. 166-173.

• **Bougie, Caroline et Moisy, Isabelle,**

*Revue Etapes Graphiques* n°236, Mode & graphisme, 2017.

• **Bougie, Caroline,**

*Revue Etapes Graphiques* n°263, Design textile, 2021.

..... **C** .....

• **Charpy, Manuel,**

*Modes Pratiques, Normes et transgressions*, n°1, Numéro coordonné par Manuel Charpy, École Duperré, 2015.

..... **D** .....

• **Delanno, Gil,**

« Éloge du nouveau cycle écologique », *Commentaire*, vol. 172, n°172, 2020, p. 893-894.

• **Dellile, Damien et Sénéchal Philippe,**

*Modes et vêtements : retour aux textes*, Paris : Les Arts Décoratifs : INHA, impr. 2020.

• **Delaporte, Yves,**

« Pour une anthropologie du vêtement, Vêtement et sociétés », *Actes des Journées de rencontre des 2 et 3 mars 1979*, Muséum national d'histoire naturelle, 1981, p. 3-13.

• **Dumain, Aurélie et Rocher, Laurence,**

« Des pratiques citoyennes en régime industriel : les courts-circuits du compost », *Flux*, 2017, n°108, p. 22-35.

• **Dress for success,**

site web de l'association mondiale, consulté le 10/05/2022, disponible sur : [www.dressforsuccess.org](http://www.dressforsuccess.org)

• **Druckman, Angela,**

« A systematic review of the life cycle inventory of clothing », *Journal of Cleaner Production*, vol. 320, 20 October 2021.

..... F .....

• **Fashion Révolution,**

site web du collectif, consulté le 26/07/2022, disponible sur : [fashionrevolution.org](http://fashionrevolution.org)

• **Fayolle, Caroline,**

« Le sens de l'aiguille. Travaux domestiques, genre et citoyenneté (1789-1799) », *Cahiers du Genre*, vol. 53, n°2, 2012, p. 165-187.

• **Fiat, Éric,**

« Quand l'habit fait le moine. Réflexion sur la surface et la profondeur », *Enfances & Psy*, n° 32, 2006, p. 126-133.

• **Fontanaille, Jacques,**

« Périodicités : Julien Fournié et les saisons de la mode », *Formes de vie*, Presses universitaires de Liège, 2015, p. 193-221 .

..... **G** .....

• **Gherchanoc, Florence et Huet, Valérie,**

« Pratiques politiques et culturelles du vêtement. Essai historiographique », *Revue historique*, n° 641, 2007, p. 3-30.

• **Godart, Frédéric,**

*Sociologie de la mode*, Éditions La Découverte, Paris, 2010, 2016.

• **Godart, Frédéric,**

*Penser la mode*, Éditions IFM/Regard, Institut Français de la Mode, 2011.

• **Gofman, Alexandre,**

« Les éternels retours. Notes sur les cycles de mode », *Revue européenne des sciences sociales*, XLII-129, 2004, p. 135-144.

..... **H** .....

• **Hanfi, Isabelle,**

« L'apprentissage de la mode comme solution à l'insertion ? Un cas américain ». *Sociologie et sociétés*, vol. 43, n°1, 2011, p. 125-146.

**• Hanfi, Isabelle,**

« Le port du tailleur comme moyen de forger une identité de la femme au travail ». *Lien social et Politiques*, n°59, 2008, p. 11–20.

**• Hanfi, Isabelle,**

« La neutralité est toujours suspecte ? » *Hommes & migrations*, 2015, p. 127-134.

**• Hernandez, Francesc et Mercade, Francesc,**

« Identité et cycle de vie », *Enquête*, mis en ligne le 27 juin 2013, 1989.

**• Holzemer, Reiner,**

Documentaire, « Martin Margiela se raconte, Portrait d'un mythe de la mode », Arte, réalisé par Reiner Holzemer, 2019.

**• Houte, Arnaud-Dominique,**

« Prestiges de l'uniforme. Policiers et gendarmes dans la France du xixe siècle », *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, mis en ligne le 31 décembre 2014, 2012, p. 153-165.

..... | .....

**• Institut Français de la Mode,**

site web de l'établissement d'enseignement supérieur,  
consulté le 06/02/2022, disponible sur : [www.ifmparis.fr](http://www.ifmparis.fr)

• **Itinérance,**

site web du projet, consulté le 24/09/2022, disponible sur : [www.itinerance.org](http://www.itinerance.org)

..... J .....

• **Jubert, Roxane,**

« La communication visuelle et graphique à l'aune des défis environnementaux : des priorités à redéfinir », *Sciences du Design*, n° 10, 2019, p. 68-75.

..... L .....

• **Loisant, Sylvain,**

« Théorie des cycles dans l'histoire de l'art », *Revue Le chant de la licorne*, n°17, 1987.

..... M .....

• **Matoni, Frédérique,**

« Le vêtement en politique. Représentation, ressemblance et faux pas », *Travail, genre et sociétés*, n°41, 2019, p. 87-104.

• **Monjaret, Anne,**

« Du bleu de chauffe au jean : Les jeux de l'apparence des « ouvriers » à l'hôpital, entre traditions corporatistes et normes institutionnelles renouvelées ». *Sociologie et sociétés*, vol. 43, n°1, 2011, p. 99-124.

• **Monneyron, Frédéric,**

*La sociologie de la mode*, Presse Universitaires de France, Collection Que sais-je ?, 2006.

• **Monneyron, Frédéric,**

*La mode et ses enjeux*, Éditions Klincksieck, 2005.

..... O .....

• **Open Style Lab,**

site web de l'organisation à but non lucratif engagée à rendre le style accessible à tous, consulté le 17/09/2022 disponible sur : [www.openstylelab.org](http://www.openstylelab.org)

..... P .....

• **Perrin, Edouard,**

« Fast-fashion les dessous de la mode à bas prix », Arte, réalisé par Edouard Perrin et Gilles Bovon, produit par Première Ligne, 2020.

..... R .....

• **Reiner Upcycling,**

site web de la boutique en ligne, consulté le 27/04/2022, disponible sur : [www.reiner-upcycling.com](http://www.reiner-upcycling.com)

• **Rousset, Nathalie,**

« Le vêtement de travail, une deuxième peau », *L'orientation scolaire et professionnelle*, 2009, p. 262-263.

• **Roynette, Odile,**

« L'uniforme militaire au XIXe siècle : une fabrique du masculin », *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, 2012, 109-128.

..... S .....

• **Salesses, Lucile et Ouvrad-Servantion, Marie,**

« Mode digitale en tension, de l'intime au public », *Sociétés*, n°137, 2017, p. 71-79.

• **Sicard, Monique,**

« Gilets jaunes : la force des images », *Condition humaine & Conditions politiques*, 2021.

• **Simmel, Georg,**

*Philosophie de la mode*, Allia, traduit de l'allemand par Arthur Lochmann, 2013.

• **Simmenauer, Benjamin,**

*Les grands textes de mode*, Institut Français de la Mode, 2017.

..... W .....

• **We Dress Fair,**

plateforme de vente en ligne et média, consulté le 26/05/2022, disponible sur : [www.wedressfair.fr](http://www.wedressfair.fr)

• **Winand, Jean,**

« Réflexions sur l'anthropologie du temps : le cas de l'Égypte ancienne : questions et méthode », FNRS, Liège, 2002.

## Remerciements

Je remercie tout particulièrement **Sara Martinetti** pour l'encadrement et le soutien dont j'ai bénéficié tout au long de ce travail. Merci à **Sébastien Morlighem** pour son aide à la mise en forme de ce mémoire. Un grand merci à mes relecteur·rice·s pour leur disponibilité, **Dominique Giroudeau** et **Alexandra Mota de Moura**. Je remercie également **Lucie Le Jeune**, **Mallie Gautreau** et **Jean-Christophe Mercier** pour leur gentillesse et pour avoir pris le temps de répondre à mes questions. Et enfin, merci à mon entourage proche, ma famille et mes amis, pour leur soutien et leur support.

## Colophon

- **Mémoire de DNSEP** réalisé par Lauryn Vasseur, Ésad Amiens, 2022-2023.
- **Suivi de mémoire** par Sara Martinetti.
- **Conception graphique** de Lauryn Vasseur.
- **Édition composée** en Objektiv dessinée par Bruno Mello, au sein de la fonderie Dalton Maag, en 2021. Ainsi qu'en Noctis dessinée par Luca Terzo et Valentino Coppi au sein de la fonderie Zeta Fonts, en 2020.
- **Imprimé et façonné** à l'Ésad Amiens en décembre 2022 sur du papier Cyclus Offset recyclé 100g/m<sup>2</sup> ainsi que sur du Clairefontaine Pollen Orange 210g/m<sup>2</sup>.

