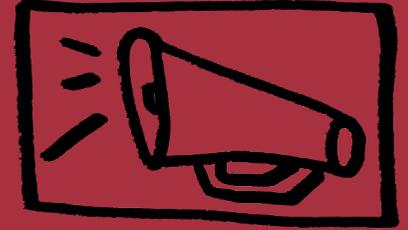
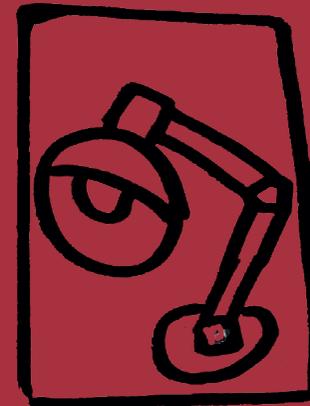


| | | |
|--------------------------|------------|---------------------|
| État de l'art | 5 | |
| | 34 | Synthèse de lecture |
| Étude de cas Design | 51 | |
| | 71 | Étude de cas Art |
| Étude de cas Technique | 93 | |
| | 113 | Atelier outillé |
| Entretiens sociologiques | 131 | |
| | 156 | Bibliographie |



État de l'art



Introduction

Après deux années de DNMADe en Innovation Sociale et un stage de trois mois et demi, j'ai commencé à affiner ma posture de designer. Ces derniers mois ont été marqués par un cheminement intellectuel riche et parfois sinueux, qui m'a permis d'explorer différentes thématiques avant de définir ma question de recherche. Le sport, l'appropriation de la ville ou encore le hacking ont été autant de pistes explorées, reflétant mes préoccupations en tant que future designer. L'idée de la couture, de la mode et du DIY s'est imposée progressivement, notamment grâce à la création d'un cabinet de curiosités personnelles. Ce cheminement a pris une nouvelle dimension au cours de mes stages réalisés en fin de deuxième année, où mes réflexions ont été nourries par des échanges avec mes tutrices de stages, mes camarades, mes enseignants et des lectures inspirantes. Parmi elles, l'ouvrage d'Emmanuelle Durand sur l'envers des fripes a particulièrement résonné avec mes interrogations. Dès lors, j'ai compris qu'une recherche-projet sur le gaspillage textile était faite pour moi.

Les enjeux de La consommation textile

Selon un article paru sur le site du parlement européen¹, en 2020, le secteur textile était la troisième plus grande source de dégradation de l'eau et d'utilisation des terres. Les enjeux de la consommation textile sont nombreux et l'approche historique permet de comprendre quels ont été les événements menant à l'actuelle société de consommation. Pour faire face à cette consommation de textile, grande consommatrice de ressources et polluante, plusieurs alternatives ont vu le jour. Pourtant ces alternatives à la fast-fashion² ne sont pas toutes des freins à cette consommation effrénée, elles sont parfois des incitations à une consommation encore accrue de vêtements neufs.

La production massive de vêtements date du XVII^e siècle. En effet, pour la première fois, avec les premières guerres coloniales, il a fallu habiller de manière identique des centaines de milliers de soldats qui partaient traverser les mers et les océans. Cette volonté des colonisateurs européens de découvrir de plus en plus de terres à spolier nécessite de plus en plus de

troupes en uniformes. Ces uniformes doivent être produits de plus en plus rapidement ce qui entraîne un développement des outils de production. Par la suite, avec l'arrivée des colons en Amérique, la conquête de cette terre va conduire à l'utilisation de coton non plus asiatique, mais désormais américain. Manon Meyer-Hilfiger précise dans l'article paru sur le site de la revue National Geographic qu' "au XVIIIe siècle, l'esclavage, alors à son apogée, tout comme l'invention du métier à tisser industriel rendent possible sa production à grande échelle."³ La production textile qui était précédemment un travail de minutie et personnel devient une affaire industrielle. Emmanuelle Durand dans "L'envers des Fripes"⁴ met en évidence qu'au XIXe siècle, les trois dynamiques majeures de la production textile sont la standardisation, l'augmentation et la démocratisation. La standardisation concerne les tailles, les coupes et les couleurs qui sont uniformisées et les vêtements sur mesure ne sont plus dès lors la norme. Ensuite, apparaît ce qu'Emmanuelle Durant nomme la dynamique d'augmentation, de plus en plus de vêtements sortent des usines grâce à l'essor de la culture du coton en Amérique, à la mécanisation des métiers à tisser et à la standardisation qui permettent l'augmentation de la production de vêtements. Enfin, la troisième dynamique majeure de la production textile au XIXe siècle est sa démocratisation. Effectivement, la facilité de conception et les faibles coûts des matières premières à cause de l'esclavage rendent les vêtements financièrement plus accessibles et permettent une augmentation de la demande.

L'ensemble de ces mutations a posé les bases d'un modèle de production qui va contribuer à la surconsommation textile. Au début du XXe siècle, les fibres naturelles, qui permettent la conception d'un pull par exemple, sont directement concurrencées par l'arrivée des fibres synthétiques. Les fibres synthétiques

¹ Articles sur la production et déchets textiles, publié par le parlement européen, <https://urls.fr/ee0r27>, consulté le 7/1/2025

² **Fast-fashion: Mode rapide/éphémère, selon wikipédia: Un segment de l'industrie vestimentaire qui se caractérise par le renouvellement très rapide des vêtements proposés à la vente.**

³NATGEOFRANCE. « Fast fashion : comment en est-on arrivés là ? », dans National Geographic, 26 avril 2024, <https://urls.fr/vSLUyj> (Page consultée le 6 juin 2024).

⁴ Emmanuelle DURAND, L'envers des fripes - Les vêtements dans les plis de la mondialisation, Premier Parallèle., [s.l.], 2024, 168 p. (Coll. « Carnets Parallèles »),

⁵ 2500 à 3000 litres d'eau pour un t-shirt classique en coton d'après l'agence local d'énergie et du climat de la métropole de Lyon, <https://www.alec-lyon.org/2700-litres-deau-dans-mon-t-shirt/>, consulté le 8/1/2025

sont fabriquées à partir de matières artificielles obtenues par synthèse chimique. La création de ces fibres synthétiques a une incidence écologique. Non seulement, ces fibres mélangées sont difficiles à recycler, puisqu'elles sont issues de matières non renouvelables comme les hydrocarbures et de plus elles requièrent beaucoup d'eau lors de la conception⁵. Ces changements de matériaux, qui se sont démocratisés dans l'industrie du vêtement, ont des conséquences de plus en plus néfastes pour notre planète et pour notre peau.

Durant la seconde moitié du XXe siècle, le ralentissement du marché intérieur, notamment en raison de l'augmentation des prix des hydrocarbures et les coûts de la main-d'œuvre locale, conduit les entreprises françaises du secteur textile à délocaliser leurs activités afin de faire face au marché concurrentiel. Les exportations chinoises de textiles et de vêtements augmentent de 9,6% pour atteindre plus de 290 milliards de dollars en 2020⁶.

Si la consommation de textile d'habillement commence à être de plus en plus un sujet de débat, l'achat de nouveaux vêtements est toujours plus simple, plus rapide, les stratégies de vente toujours plus aguicheuses et le développement de la fast-fashion peuvent être considérés comme une réelle catastrophe écologique, économique, sociale et sociétale. Non seulement la délocalisation et la fast-fashion ont un impact catastrophique sur les conditions de travail en Asie, en particulier dans le secteur du textile et de l'habillement, mais de plus cette délocalisation et la fast-fashion ont un impact écologique tout aussi catastrophique. Les entreprises européennes, en quête de prix bas, ont délocalisé une grande partie de leur production vers l'Asie, où la main-d'œuvre est moins chère. Les salaires en Asie sont considérablement plus bas qu'en Europe,

son essai que Vinted “corrige les erreurs des tendances de la consommation”¹⁵ (p. 67) pour montrer que l’émergence de ces plateformes possède aussi une face cachée qui est de consommer du neuf sans trop de culpabilité. Ainsi, le secteur de la seconde main devient un débouché lucratif pour la surproduction textile et perpétue des niveaux de production élevés, sans oublier qu’une part importante des vêtements invendus ou usés finit dans les décharges (comme à Beyrouth ou Tripoli)¹⁶. Les habits des fripes sont des achats en lots de sac de vêtements qui sont triés et catégorisés souvent au Liban¹⁷. Les vêtements en bon état vont en Europe et plus l’état se dégrade plus les sacs de vêtements sont envoyés dans les pays les plus précaires, le prix variant de 2 euros à 10 centimes le kilo. En conclusion, l’histoire de la production textile, marquée par des innovations technologiques, des transformations économiques et des dynamiques sociales, a façonné un modèle industriel qui persiste encore aujourd’hui. Si les progrès techniques et l’expansion mondiale ont permis une démocratisation de l’habillement, ils ont également favorisé des pratiques de surconsommation, des inégalités sociales et des désastres environnementaux. Ce constat met en lumière l’urgence de repenser notre rapport à la mode et aux vêtements, en explorant des solutions alternatives plus durables et éthiques, tout en restant vigilant face aux dérives potentielles de ces nouvelles pratiques.

¹² Services de gestion d’entreprise dans New York, États-Unis.

¹³ Site répertoriant des données numériques, <https://ourworldindata.org/co2-emissions-from-transport>, consulté le 11/01/2025.

¹⁴ Verbatimes lors de mon test d’atelier outillé à Wolfisheim.

¹⁵ DURAND, Emmanuelle. L’envers des fripes - Les vêtements dans les plis de la mondialisation, Premier Parallèle., [s.l.], 2024, 168 p. (Coll. « Carnets Parallèles »), <https://www.fnac.com/a19346445/Emmanuelle-Durand-L-envers-des-fripes-Les-vetements-dans-les-plies-de-la-mondialisation> (Page consultée le 6 juin 2024).

¹⁶ idem

¹⁷ ibid

Le rapport aux vêtements

Au-delà des considérations écologiques et économiques, le gaspillage textile soulève des questions fondamentales sur le rapport au vêtement dans la société contemporaine. Cette relation complexe se manifeste notamment par le biais de deux phénomènes contradictoires : d'une part, une tendance croissante à l'uniformisation vestimentaire, illustrée par la disparition de la couleur, et d'autre part, une consommation effrénée de vêtements comme expression individuelle. Des cours d'école aux réseaux sociaux, en passant par les problématiques de discrimination vestimentaire, l'analyse des choix vestimentaires révèle la construction des identités individuelles et collectives, particulièrement chez les adolescents.

Premièrement les jeunes¹⁸ sont sujets à une tendance d'uniformisation. En effet, il y a une tendance sur l'uniformisation des couleurs, en particulier le noir, le blanc et le gris. La mode privilégie la sobriété, avec le noir et les vêtements de sport sont principalement blancs, noirs ou gris, surtout pour les hommes. Cette uniformisation

¹⁸ Ici "les jeunes" sont qualifiés pour les individus entre 15 ans et 18 ans selon les recherches de Sophie Terral et entre 13 et 16 ans selon les individus que j'ai eu lors de mes ateliers.

¹⁹ Article sur la fin des couleurs, <https://urls.fr/Lw47vh>, consulté le 14/01/2025

²⁰ Sophie TERRAL, "Les pratiques vestimentaires des jeunes, l'apparence au service de la sociabilité adolescente" <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00875300/document> (page consulté le 2024-12-02).

des couleurs est également soutenue par des données quantitatives. Une étude utilisant l'intelligence artificielle a montré que les tons noir/blanc/gris représentaient environ 15% de tous les articles il y a deux siècles, et qu'ils représentent aujourd'hui 40%¹⁹. Cela s'est traduit lors de mon atelier. Lorsque j'ai demandé "qu'est ce qui est le plus important pour vous quand vous vous habillez", un garçon m'a répondu que les couleurs devaient s'accorder entre elles et pour ne pas faire de faux pas, le noir, blanc, gris c'est ce qu'il privilégie.

Ensuite les jeunes sont, d'après Sophie Terral soucieux de leur apparence à la fois pour intégrer un groupe de pairs et se distinguer des autres. L'apparence joue un rôle essentiel dans la socialisation des adolescents, en influençant leur intégration, leurs interactions sociales et la construction de leur identité. Lors de mon atelier outillé par le design, de nombreux jeunes ont témoigné du fait que lorsqu'ils s'habillent le plus important c'est « en vrai plaire à mes amies. Je préfère plaire à mes amies que ne pas plaire et du coup qu'elles critiquent ». La ressemblance entre pairs est primordiale comme marqueur identitaire, bien que la différence soit de mise entre les groupes distincts. Chaque groupe adopte un look particulier qui fonde la normalité esthétique au sein de celui-ci²⁰.

Deuxièmement, la surconsommation textile, ancrée dans les habitudes, symbolise une dépendance. Les soldes et les produits de fast-fashion créent cet effet d'urgence. Il est nécessaire d'être à la mode, il est impératif de sauter sur cette offre commerciale et il est vital de se procurer en bleu le veston qu'on possède déjà en noir. L'argument de l'esthétique, est la réponse de 16 jeunes sur 24²¹ pour justifier l'achat d'un nouveau vêtement. Il semble que 8% de la population

mondiale soit victime d'oniomanie²² et ce chiffre grimpe à 10% pour nos sociétés de consommation dites avancées²³. De nos jours Internet permet d'acheter 24h/24, 7jours/7 sans sortir de chez soi et même sans avoir à se lever de sa chaise. Razmig Keucheyan²⁴ a expliqué que l'acheteur compulsif peut être pris de remords et de culpabilité ce qui l'amène à cacher ses achats au fond de son armoire et de ne pas les ressortir. Ces conditions psychologiques expliquent la surproduction pour répondre à un marché de surconsommation.

En conclusion, le gaspillage textile révèle une relation paradoxale et profondément enracinée entre les individus et leurs vêtements. D'un côté, les initiatives visant à uniformiser les tenues, comme la disparition des couleurs reflètent une tentative de standardiser des normes collectives pour favoriser l'égalité ou renforcer des valeurs sociétales. De l'autre, la surconsommation textile incarne une quête individuelle de distinction, d'appartenance et d'expression émotionnelle, souvent exacerbée par des dynamiques de marché et des influences sociales. Ces tendances, bien que contradictoires, convergent vers une problématique commune : les vêtements sont bien plus que de simples objets utilitaires. Ils participent à la construction de l'identité et traduisent des enjeux sociaux, économiques et psychologiques, notamment chez les jeunes.

²¹ Les jeunes ayant participé à mon atelier outillé par le design.

²² Trouble lié à l'achat compulsif.

²³ RAZMIG KEUCHEYAN. Les besoins artificiels, La Découverte., [s.l.], 2019, 208 p. (Coll. « Zones »), https://www.editionsladecouverte.fr/les_besoins_artificiels-9782355221262 (Page consultée le 11 novembre 2024). Page 85.

²⁴ Ibid Page 88.

Le design et l'habillement responsable

Le secteur textile arrive dans un tournant décisif, car le modèle de surconsommation et de gaspillage n'est plus tenable. Dans ce contexte, le designer apparaît comme un acteur clé pour un avenir plus résilient.

De nos jours, une des grandes problématiques de l'industrie du textile d'habillement (et plus en générale des objets qui nous entourent) est que les individus sont "dépossédés" de ce qu'ils achètent. Ce terme signifie ici qu'ils ne savent pas comment il a été fabriqué, ni par qui, ni dans quelles conditions, mais surtout ils ne savent plus comment le réparer. L'obsolescence programmée est un fléau qui touche aussi les vêtements. En effet le pull réalisé avec de la matière première peu coûteuse va s'abîmer plus rapidement qu'un pull fait à partir de laine. Mis à part l'obsolescence due à la fabrication du vêtement, le plus souvent un vêtement est jeté dans le fond du placard à cause des aléas de la mode. D'après Wikipédia, "la mode vestimentaire, désigne la manière de se vêtir, conformément au goût d'une époque dans une région donnée". La mode

n'est, par essence, pas durable. Elle est au contraire éphémère. Le rôle du designer social peut ainsi être de proposer aux usagers de l'habillement durable. Par exemple, pour sa recherche doctorale, Jeanne Vicérial, réalise un projet intitulé "Clinique vestimentaire". Son approche se fonde sur deux hypothèses majeures : la création de pantalons adaptatifs permettant d'ajuster le tour de taille et l'élaboration de vêtements tricotés à partir d'un fil continu issu de surplus industriels. Cette dernière technique, développée en collaboration avec les Mines ParisTech, associe l'innovation numérique au savoir-faire artisanal afin de concevoir des vêtements zéro déchet (zéro chute), révolutionnant ainsi les pratiques de fabrication textile traditionnelles. Ce projet illustre parfaitement une vision de l'habillement où la technologie est mise au service de la durabilité et de la responsabilité environnementale. Les solutions proposées mettent en avant une approche globale du vêtement, où chaque étape de la conception est pensée pour réduire l'impact écologique. La durabilité des pièces peut s'exprimer à travers plusieurs aspects : des coupes sur-mesure adaptées aux besoins individuels, une fabrication de haute qualité garantissant une longue durée de vie, ou encore un processus créatif visant à renforcer l'attachement émotionnel aux vêtements. En repensant le rapport au vêtement, ce type d'innovation invite à une réflexion plus large sur la consommation textile et la manière de l'intégrer dans un mode de vie durable et respectueux de l'environnement. Ces initiatives redéfinissent les standards de la mode, en plaçant l'écoresponsabilité et l'adaptabilité au cœur des processus créatifs. Ensuite, l'évolution des pratiques dans l'industrie textile place le designer au cœur des démarches de durabilité. Son rôle s'avère déterminant dans la conception de vêtements recyclables et réparables, deux aspects fondamentaux pour réduire l'impact

environnemental de la mode. La recyclabilité des vêtements repose essentiellement sur des choix techniques effectués lors de la phase de conception. L'utilisation de textiles mono-matières comme le coton biologique pur ou les polyesters recyclés simplifie considérablement les processus de recyclage. L'élimination des éléments complexes tels que les mélanges de fibres ou les accessoires non détachables (colles, rivets) constitue également un facteur clé. Cette approche permet la transformation des vêtements en nouvelles ressources textiles, participant ainsi à un cercle vertueux. La réparabilité nécessite une attention particulière aux zones soumises à forte usure : coutures, poches, genoux... Au-delà des aspects techniques, la dimension esthétique joue un rôle significatif dans l'acceptabilité des réparations. L'intégration d'éléments visuels valorisant les interventions (patchs décoratifs, coutures apparentes) transforme l'acte de réparation en démarche créative. Cette approche contribue à modifier la perception des vêtements réparés. Une conception intégrant recyclabilité et réparabilité dès l'origine participe à l'établissement d'un système de mode plus résilient. Cette démarche répond aux enjeux de réduction des déchets textiles tout en favorisant une évolution des pratiques de consommation vers plus de durabilité.

Par ailleurs, l'upcycling²⁵ représente une alternative créative à la production traditionnelle. En parallèle, la conception de pièces intemporelles s'impose comme une stratégie efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée des vêtements. Ces différentes approches, complémentaires dans leur mise en œuvre, permettent d'envisager une transformation profonde des pratiques de l'industrie textile. Premièrement, ce qui peut conduire à la durabilité d'un vêtement est l'upcycling. En effet, si le vêtement, dû à la mode ou à l'usure, est

²⁵ D'après La Rousse, l'upcycling est: le recyclage qui a pour but de donner une seconde vie à des matières ou à des objets destinés à être jetés

Conclusion

Le modèle actuel de surconsommation et de gaspillage n'est plus viable et nécessite une prise de conscience collective. Le designer social joue un rôle crucial dans la transition vers un modèle plus durable, en proposant des solutions innovantes et en encourageant des pratiques de consommation plus responsables. Les solutions proposées incluent la conception de vêtements recyclables et réparables, l'upcycling, la valorisation de la seconde main et la promotion de l'économie circulaire. L'économie de la fonctionnalité et l'économie sociale et solidaire sont des modèles économiques alternatifs qui peuvent réduire le gaspillage textile. Il est essentiel de donner aux individus le pouvoir d'agir, en les impliquant dans le processus de conception et en leur transmettant les compétences nécessaires à la création et à la réparation de leurs vêtements. Une prise de conscience et une transformation de nos modes de consommation sont indispensables pour un avenir plus durable et respectueux de l'environnement.

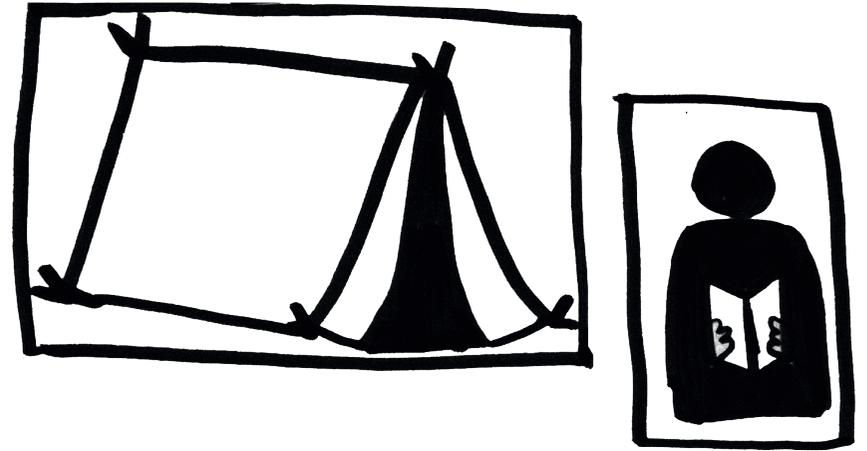
Problématique

L'ensemble de mes études de cas, de mes lectures et de mes entretiens sociologiques m'ont permis d'aboutir à une problématique pour ma recherche-projet. La production textile, qui était auparavant un travail de précision et personnel et devenue un processus industriel. La technologie continue d'être de plus en plus performante et les moyens/délais de livraison de plus en plus facilités. Ces constats soulignent les transformations profondes qui ont marqué l'industrie textile, mais aussi leurs impacts sociaux et environnementaux. Face à ces mutations, les comportements des usagers, qui se trouvent au cœur du processus, doivent adopter de façon urgente des pratiques plus responsables et éthiques. Il existe alors une relation positive entre le design social et la réinvention de la relation entre les individus et leurs vêtements. Mais alors **comment le design social peut-il permettre de changer durablement les modes de consommation de textiles?**

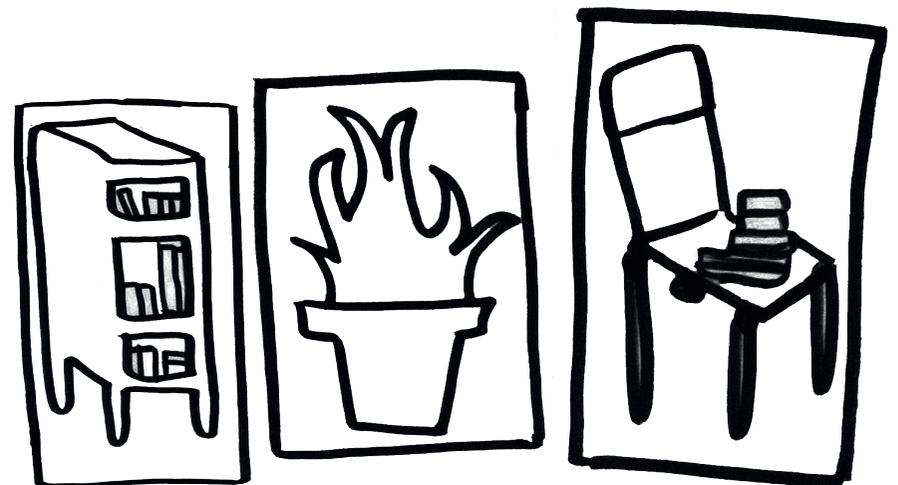
Grâce à mon projet outillé j'ai pu avoir une première impression me permettant d'appréhender la postures de futures adultes vis-à-vis de leurs vêtements. J'aimerais toucher les individus afin qu'ils pensent autrement lorsqu'ils jettent et achètent. Enfin je voudrais donner les capacités aux individus de faire par-soi même, de s'émanciper des actions liés aux vêtements tel que la couture ou suivre la mode.

Piste de projet

Une de mes pistes de projet consiste en une récolte de vêtements, qui ne sont plus portés, et triés par couleurs. Par la suite, le projet consisterait à créer des pièces intemporels avec des patrons simples et faciles à mettre en œuvre. Le processus serait filmé par les usagers qui participent à la récolte et à l'upcycling et cela pourra par la suite être diffusé, à l'instar du projet Pixel-Dormoy qui visait à repenser le règlement intérieur de l'établissement avec les jeunes, tout en les initiant à des techniques graphiques et créatives. Cette piste de projet s'insérant dans une démarche participative et créative permet d'engager durablement les usagers et facilite l'intégration des valeurs et des problématiques liées aux questions vestimentaires. Ce processus pourrait également faciliter l'appropriation d'une technique (la couture par exemple) souvent perçue comme imposée et ennuyeuse.



SYNTHÈSE DE LECTURE



Pour une écologie pirate

Ma question de recherche s'intéresse au gaspillage textile et tout ce que cela peut engendrer. Évidemment la lutte écologique est le point de départ de mon choix de sujet et de de la recherche alors Pour une écologie pirate définit et explicite de nombreux axes de la lutte écologique. Dans cet essai, Fatima Ouassak explore les pistes de travail pour réunir les acteurs de quartier populaire afin de mieux réagir face aux urgences climatiques. Dans le cadre de ma recherche cet essai définit les actions/ le mouvement écologique comme une lutte qui doit se réaliser avec une cohésion de groupe afin qu'elle soit efficace. De plus, ce livre apporte un aspect politique. En effet, comprendre cet aspect est essentiel pour mener à bien n'importe quel projet qui possède de si grands enjeux écologiques, sociaux et politiques.

Fatima Ouassak, née en 1976 dans la région du Rif (Maroc), est une essayiste, conférencière, consultante en politiques publiques, et militante écologiste, féministe et antiraciste française, d'origine marocaine. Elle est cofondatrice du collectif Front de mères, syndicat de parents dans les quartiers populaires. Son livre La puissance des mères reçoit le prix du public de l'essai féministe en 2021¹.

Pour une écologie pirate met en lumière notre dépendance profonde au capitalisme, un système destructeur pour l'environnement et l'humanité. L'idée que ce modèle s'immisce jusque dans notre quotidien et nos choix individuels montre la difficulté d'envisager une rupture.

La surconsommation textile, ancrée dans nos habitudes, symbolise cette dépendance. Sensibiliser les individus, en particulier les jeunes, à cette problématique implique d'éveiller leur conscience sur les impacts environnementaux et sociaux de leurs choix vestimentaires. Cela pourrait être une première étape pour encourager des comportements plus durables, en remettant en question le paradigme de production et consommation infinie. Cela peut-être illustré avec cet extrait :

"Nous sommes tellement dépendants du système qui détruit le vivant et l'humanité, ce système s'est tellement immiscé jusque dans nos espaces les plus intimes, qu'envisager de le renverser peut paraître impossible." (p. 86)

Ensuite Ouassak joint la lutte écologique à la récupération des ressources naturelles par les populations marginalisées, rappelant les luttes anticoloniales. La notion de justice sociale est ici primordiale. L'industrie textile exploite souvent les terres et ressources des pays du Sud pour répondre à une consommation excessive dans les pays riches. Sensibiliser au gaspillage textile implique de dénoncer cette logique extractiviste et de promouvoir des pratiques valorisant la justice sociale et écologique. Cela inclut une reconnexion entre production locale, consommation responsable et respect des ressources naturelles. Pour une écologie pirate le traduit comme cela :

"Si on veut lutter contre ce désastre, il faut donc que les habitants des quartiers populaires commencent par reprendre leur terre. La libération de la terre, qui fut au cœur des luttes anticoloniales, doit devenir l'enjeu principal d'un projet écologiste du point de vue des quartiers populaires." (p91)

Enfin Pour une écologie pirate affirme que l'écologie ne peut ignorer les injustices sociales et économiques générées par le colonialisme et le capitalisme. La question climatique devient un levier soit pour renforcer, soit pour réduire les inégalités systémiques. Lien avec la sensibilisation au gaspillage textile. L'industrie textile illustre bien ces injustices : exploitation des travailleurs, externalisation de la pollution, et gestion des déchets sous couvert de recyclage. Sensibiliser à cette problématique, c'est révéler les mécanismes d'injustice derrière la surconsommation et encourager des pratiques éthiques et respectueuses de l'humain et de l'environnement. Dans l'essai il nous est expliqué comme cela :

"Le choix qui se présente aux écologistes et au mouvement climat en Europe est simple. Ils doivent faire de la lutte contre le système colonial-capitaliste est une question centrale. C'est elle qui va déterminer la nature du projet écologiste : opportunité de plus de justice ou poursuite infinie des injustices." (p. 152)

Pour conclure, ces extraits de l'essai de Fatima Ouassak montrent que sensibiliser au gaspillage textile va au-delà d'une simple démarche environnementale : c'est un acte politique et social. Il s'agit de remettre en question la dépendance au modèle capitaliste en valorisant des pratiques de consommation durables. Il faut aussi défendre la justice sociale et écologique en dénonçant les inégalités globales liées à la production textile. Enfin proposer un modèle alternatif où l'écologie et l'éthique convergent pour offrir une opportunité de justice, en faveur d'un système plus durable et équitable. Pour mon projet je me concentrerai sur le dernier point qui est de proposer un modèle alternatif tout en gardant les impacts socio-économiques à l'esprit.

Soft Matters

Lors de ma recherche je me suis intéressée au gaspillage textile et tout ce que cela peut engendrer. Dans cette revue du groupe de recherche de l'Ensadlab les auteurs mettent en avant le rôle des designers face à cet enjeu écologique. Cette revue définit le terme de "résilience" et apporte des exemples concrets, expliqués et illustrés de projets déjà existants.

"Aurélie Mossé [...] est une designer-chercheuse et enseignante en design franco-suisse. Elle participe de la reconnaissance du design textile et du biodesign comme champ de recherche en France comme en Europe¹." Elle a fait des études en design textile, matériaux, surface à l'École Duperré puis à Central Saint Martins et est titulaire d'un doctorat de recherche en design de la Royal Danish Academy². "Elle co-fonde en 2015 le groupe de recherche Soft Matters à l'Ensadlab, le laboratoire de recherche par l'art et le design de l'École des Arts Décoratifs, contribuant à l'émergence d'une première génération de docteurs en design textile et design vêtement français."³

Jean-François Bassereau est un professeur à l'École des Mines de Saint-Étienne et est titulaire d'un doctorat de l'École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers Paris Tech⁴. Il est un des autres co-fondateurs du groupe de recherche Soft Matters à l'Ensadlab⁵.

¹ Page wikipedia https://fr.wikipedia.org/wiki/Fatima_Ouassak

L'article met en avant la nécessité d'une transformation en profondeur de l'industrie textile pour répondre aux enjeux écologiques. Cela passe par une intervention à tous les niveaux, comme le souligne cet extrait :

Cet extrait met en lumière la responsabilité des designers, capables d'influencer la majorité de l'impact environnemental d'un produit dès sa conception. Cela fait du design un levier essentiel pour réduire le gaspillage textile et favoriser une approche durable. L'accent est mis sur l'éducation et la recherche, qui permet d'orienter la créativité vers des pratiques écoresponsables.

Ensuite l'article propose la résilience comme solution complémentaire pour repenser les systèmes de production et de consommation. Ce concept est défini ainsi :

L'idée clé est de promouvoir une transition écologique qui intègre les réalités des systèmes existants. Contrairement à une rupture brutale, cette approche cherche à adapter les structures pour répondre aux défis environnementaux tout en assurant une continuité fonctionnelle. Cela s'applique au textile à travers des pratiques comme le recyclage ou l'upcycling, permettant de revaloriser les déchets sans nier les contraintes économiques et sociales.

L'article nous propose 4 exemples de projets. Le premier présenté est Polyfloss Factory (p. 54). Ce projet montre comment transformer

"Une réorganisation fondamentale de cette industrie s'impose donc pour faire face aux enjeux de la transition écologique à tous les niveaux : conception, fabrication, distribution, consommation. Lorsque l'on sait que les designers peuvent influencer jusqu'à 90 % de l'impact économique et environnemental d'un produit, il est évident que la pédagogie et la recherche par le design textile et matière ont un rôle moteur à jouer dans cette équation (Graedel, Comrie et Sekutowski, 1995)." (p. 51)

"La résilience se réfère à un « système ayant la capacité d'absorber un changement perturbant et à se réorganiser en intégrant ce changement, tout en conservant essentiellement la même fonction, structure, identité et capacité de réaction » (Walker, Hollinger, Carpenter et Kinzing, 2004). Le concept induit ainsi une logique de continuité dans le changement, plutôt que de préservation, de permanence ou de rupture, une logique peut-être plus pertinente car moins binaire." (p. 52)

"les fibres synthétiques représentent environ 2/3 des matériaux utilisés dans la production textile" (p 54)

des déchets plastiques, notamment des rebuts de polypropylène (souvent utilisés dans les textiles synthétiques, en nouvelles matières premières pour créer des objets et matériaux de façon durable et locale. Les auteurs partent du constat que la société a une gestion inefficace des déchets plastiques post-industriels. La Polyfloss Factory utilise un procédé d'extrusion par thermo centrifugation (comme une machine à barbe à papa) pour transformer des déchets plastiques en fibres, filaments ou flocons. Ce système de recyclage peut être déployé localement, réduisant ainsi l'empreinte carbone et impliquant directement les communautés dans la transformation des déchets. Des étudiants en design (textile, objet) ont expérimenté avec ces nouvelles matières pour explorer leur potentiel créatif et fonctionnel.

Ils ont élargi les usages de cette matière, en testant des techniques comme le tissage, la découpe laser, et la combinaison avec d'autres matériaux naturels (ex. : lin).

Ensuite nous découvrons le projet Cardepar (p.56). Le projet Cardepar vise à remplacer le carton plume traditionnel, utilisé dans les écoles d'art et de design, par une alternative écologique fabriquée à partir de papiers usagés. Le problème du carton plume est qu'il est constitué de mousse synthétique (polyuréthane ou polystyrène) et de feuilles de papier ou de plastique, issus de ressources pétrolières. De plus, il est difficile à découper et à coller, génère de nombreuses chutes, et produit des gaz toxiques s'il est brûlé ou découpé au laser. Enfin la solution proposée par ce projet est un carton plume sur-cyclé à base de papier recyclé. Ce carton est fabriqué à partir de papiers de bureau usagés (déchets générés localement dans les écoles). C'est un mélange de papier broyé, d'agents adhésifs et moussants bio-sourcés, et d'eau. Le résultat est une mousse légère, 90 % recyclée et 100 % recyclable.

Le projet suivant se nomme Clinique Vestimentaire (p.58). Le projet Clinique Vestimentaire explore des moyens innovants de concevoir et fabriquer des vêtements pour offrir une alternative à la fast-fashion en alliant les avantages du sur-mesure et du prêt-à-porter. Ce projet est davantage expliqué dans mon étude de cas design.

Le dernier projet présenté dans cet article de recherche est le projet Microbiologic Textiles Futures (p60). Ce projet explore comment les bactéries peuvent être utilisées dans le domaine textile pour rendre la conception et la production de vêtements plus écologiques, durables et innovantes, en remplaçant des procédés polluants par des techniques biologiques. Ce projet étant très scientifique et expérimental je ne vais pas l'expliquer de peur de manquer de rigueur scientifique. Les objectifs sont une conception textile durable et la sensibilisation à une approche plus sensible et collaborative avec le vivant.

Cet article est donc pertinent grâce à tous les exemples de design présentés et par sa définition du terme résilience qui va revenir dans mon état de l'art et dans une autre synthèse de lecture. Cet article explore de

manière concrète et théorique comment la résilience peut être intégrée dans le domaine du textile pour répondre aux enjeux environnementaux et sociaux actuels. Enfin les exemples offrent des cas pratiques qui sont de bons exemples de professionnels qui ont réfléchi à apporter une réponse par le design. Même si mon projet est moins technologique, avoir des exemples concrets peut me permettre de mesurer toutes les formes de réponses qui ont été apportées pour répondre à la même question que je me pose: Comment sensibiliser au gaspillage textile par le design. L'idée que les déchets textiles puissent devenir un médium pédagogique, qui sensibilise aux défis actuels, s'aligne avec mon intérêt pour l'éducation des jeunes. Elle montre comment associer recherche technologique et créativité pour engager activement les participants dans une réflexion sur leur consommation.

L'envers des fripes

Dans cet écrit issu de la recherche, Emmanuelle Durand fait d'abord un état des lieux du contexte historique de la production textile puis elle parle du business de la seconde main dans le monde en passant par Paris jusqu'à Beyrouth. En effet, la seconde main possède une face cachée qui est très peu visible. L'envers des fripes permet de comprendre les enjeux et les dessous de la seconde main et de l'industrie du textile. Comprendre ses enjeux permet d'éviter certaines pistes de projets et donne une compréhension plus globale de tout ce que le gaspillage produit.

Emmanuelle Durand, l'auteure de *L'Envers des fripes*¹. Les vêtements dans les plis de la mondialisation, est une anthropologue ayant soutenu sa thèse en décembre

"Au XIXe s donc, la production textile suit un triple mouvement d'augmentation (de plus en plus de vêtements sortent des usines), d'uniformisation (les tailles, les coupes et les couleurs se standardisent) et de lente démocratisation (le vêtement devient plus accessible financièrement)." (p.63)

¹Page wikipedia d'Aurélié Mossé consulté le 02/12/2024 https://fr.wikipedia.org/wiki/Aur%C3%A9lie_Moss%C3%A9

²Ibid

³Idem

⁴Page LinkedIn de Jean-François Basserou consulté le 02/12/2024 <https://www.linkedin.com/in/jean-fran%C3%A7ois-bassereau-509b6930/?originalSubdomain=fr>

⁵Page présentation de L'Ensadlab consulté le 02/12/2024 <https://www.ensadlab.fr/fr/jean-francois-bassereau/>

2022 à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS). Le livre est directement issu de ses recherches doctorales et s'intéresse au rôle ambigu de la seconde main, qui oscille entre alternative à la surconsommation et soutien indirect à la fast fashion².

Emmanuelle Durand met en évidence trois dynamiques majeures

de la production textile au XIXe siècle : l'augmentation : un volume de production sans précédent, l'uniformisation : standardisation des tailles, coupes et couleurs et enfin la démocratisation : élargissement de l'accessibilité grâce à la baisse des prix. Ces mutations ont posé les bases d'un modèle de production qui, bien que démocratisé, a contribué à la surconsommation textile. Emmanuelle Durand nous l'explique dans cet extrait :

Grâce à l'écrit de Emmanuelle Durand, nous récoltons aussi une définition de la fast-fashion, terme qui est nombreuse fois cité dans mon état de l'art. Ce terme important est défini et expliqué sous toutes ses formes. La fast fashion, avec ses vêtements bon marché, engendre une culture du jetable : Usure rapide (trous, boulochage, décoloration), obsolescence symbolique (modèles vite démodés) et enfin difficulté de recyclage (fibres mélangées issues du pétrole). Cela nourrit directement le gaspillage textile. Sensibiliser les consommateurs, notamment les jeunes, est essentiel pour qu'ils privilégient des alternatives durables.

Dans L'envers des fripes, Durand analyse les alternatives à la fast-fashion et déduit que les plateformes de seconde main (Vinted, Leboncoin) sont souvent perçues comme des solutions durables. Cependant elles peuvent inciter à une consommation accrue de vêtements neufs, en facilitant la revente et en rendant les vêtements plus "temporaires", le secteur de la seconde main peut devenir un débouché lucratif pour la surproduction textile, ce qui perpétue des niveaux de production élevés et enfin une part importante des vêtements invendus ou usés finit dans les décharges (comme à Beyrouth ou Tripoli). Alors dans mon projet

"Bon marché et de (très) basse qualité [...] le vêtement est devenu jetable, rapidement obsolète tant matériellement que symboliquement." (p. 63)

"En misant sur le pari de "faire de la seconde main un premier choix", Vinted souhaite "corriger les erreurs des tendances de la consommation". (p. 67)

"La fripe ne se résume-t-elle pas à la seconde main, et la penser à partir des rebuts sans considérer les surplus et les invendus serait une erreur." (p. 71)

"Derrière l'avenir florissant promis à la fripe, il faut aussi voir l'intérêt colossal que représente ce secteur pour une industrie textile surproductive." (p. 72)

il serait intéressant de transformer quelque chose qui existe déjà au lieu d'acheter et consommer. En effet en tant que designer offrir les connaissances afin que les gens réparent, réutilisent, sur recyclent est une volonté que j'ai pour mon projet.

Pour conclure ce livre issu de la thèse d'Emmanuelle Durand me permet de définir la fast-fashion, de connaître les envers de celle-ci, d'avoir les connaissances historiques sur l'essor de la production textile. L'envers des fripes est pour moi un guide qui m'éclaire sur les travers des "fausses bonnes idées".

¹Emmanuelle DURAND, L'envers des fripes - Les vêtements dans les plis de la mondialisation, Premier Parallèle., [s.l.], 2024, 168 p. (Coll. « Carnets Parallèles »), (Page consultée le 6 juin 2024).

²Article de l'école <https://www.ehess.fr/tr/projet/envers-fripes-v%C3%AAtements-dans-plies-mondialisation-par-emmanuelle-durand>

Comment en est-on arrivé là ?

Après un master en politique environnementale à Science Po, Manon Meyer-Hilfiger devient journaliste indépendante pendant presque 7 ans pour qu'en 2018 elle devienne journaliste chez National Geographic¹. Elle écrit plusieurs articles engagés dont l'article: *Fast-fashion: Comment en est-on arrivés là?*.

Cet article parle de l'évolution historique et des conséquences environnementales et sociales de la fast fashion, illustrée par des marques comme Shein, qui inondent le marché de vêtements bon marché. Il retrace l'origine de la production textile de masse, explore les innovations techniques et économiques qui ont rendu les vêtements toujours plus accessibles, et souligne les impacts négatifs liés à la délocalisation, aux matières synthétiques et à la publicité. Enfin, il évoque des alternatives comme la "slow fashion" et les régulations pour freiner ce modèle.

Cette dynamique a donné naissance à une logique de production massive et de standardisation des vêtements, qui persiste aujourd'hui à travers la fast fashion. Il est crucial de comprendre comment cette logique de surproduction est profondément ancrée dans des systèmes économiques et historiques d'exploitation. Sensibiliser les jeunes à ces racines historiques peut les aider à prendre conscience des impacts sociaux et environnementaux de la surconsommation textile, et à réfléchir à des alternatives plus responsables qui remettent en question ce modèle.

La surconsommation textile n'est pas un phénomène récent, mais elle est historiquement liée à des systèmes d'exploitation et

"Cent milliards de vêtements sont vendus chaque année dans le monde. Une frénésie qui trouve son origine au 17e siècle, quand, pour la première fois, il a fallu habiller de manière identique les centaines de milliers de soldats des guerres coloniales."

d'injustice sociale. En effet, il y a plusieurs tournant à la consommation qu'on a aujourd'hui, et une des étapes clés est celle présentée ci-dessous. L'essor de la culture du coton au 18e siècle, lié à l'esclavage, et la délocalisation fait avancé la culture d'achat et de consommation de vêtement.

"Deuxième grand tournant dans la longue route qui mène à la « fast fashion » : l'essor de la culture du coton sur le continent américain. Au 18e siècle, l'esclavage, alors à son apogée, tout comme l'invention du métier à tisser industriel rendent possible sa production à grande échelle."

Cet article nous apprend qu'il y a un changement de matériaux démocratisés dans l'industrie du vêtement qui rend de plus en plus néfaste pour notre planète et notre peau. Réaliser un atelier qui recense tous les dégâts que créent les matières tirées du pétrole pourrait être une entrée ludique et visuelle afin de comprendre les enjeux simplement.

Le colonialisme avec l'esclavage, les inventions scientifiques (fibres synthétiques), et la délocalisation pour baisser les coûts de production forment les fondements historiques de la production textile de masse. Le marketing et la publicité complètent ce processus capitalistique. Donner à voir aux usagers ces mécanismes coloniaux et post-coloniaux peut être une approche pour rendre les usagers plus attentifs, voire modifier leurs comportements.

Pour conclure, cet article met en lumière les fondements historiques et les implications contemporaines de la fast fashion. Il est essentiel d'avoir une certaine vision historique sur notre cas actuel car cette façon peut régler des enjeux sociaux en analysant et en faisant des projections sur le futur de la planète et donc de ses habitants.

¹Page LinkedIn, consulté le 12/10/24, <https://www.linkedin.com/in/manon-meyherh/?original-Subdomain=fr>

²NATGEOFRANCE, « Fast fashion : comment en est-on arrivés là ? », dans National Geographic, 26 avril 2024, <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/fast-fashion-comment-en-est-on-arrive-la-mode-industrie-ethique-durable> (Page consultée le 6 juin 2024).

Les pratiques vestimentaires des jeunes

Sophie Terral travaille comme Conseillère Principale d'Éducation dans l'Éducation nationale¹. Pour la validation de son master Socialisation, Insertion, Intégration, parcours CPE, elle écrit *Les pratiques vestimentaires des jeunes, l'apparence au service de la sociabilité adolescente*².

Le mémoire de Sophie Terral, explore en profondeur comment les jeunes utilisent leurs vêtements et leur apparence pour interagir socialement, en particulier durant l'adolescence. La recherche se base sur le courant de l'interactionnisme symbolique³, considérant que les comportements des adolescents en matière de look⁴ sont le résultat d'interactions entre pairs et avec leur environnement social. Cet écrit de recherche révèle le comportement d'une personne à cet âge et ce qu'elle porte est un moyen de communication au monde.

Cette recherche peut être mise en relation avec mon mémoire sur la sensibilisation au gaspillage textile chez les jeunes, car elle examine les dynamiques de consommation et d'identité qui sous-tendent les choix vestimentaires des adolescents. Sophie Terral souligne que

l'apparence physique est un enjeu majeur pour les adolescents, servant à la fois à s'intégrer dans un groupe de pairs et à se distinguer des autres. Les vêtements ne sont pas de simples objets, mais des outils de communication

non verbale. Dans la citation qui suit Sophie Terral met en avant l'idée essentielle que l'environnement (les amis, la mode...) est important dans l'habillement des adolescents, mais elle dit aussi que malgré tout ils ont leur libre arbitre sur leur look.

Le mémoire s'appuie sur l'interactionnisme symbolique (p.13), qui met l'accent sur le rôle des interactions sociales dans la construction de l'identité. Le look d'un adolescent est le résultat de ses interactions avec son environnement, notamment avec ses pairs. Comprendre comment les jeunes construisent leur identité à travers leurs vêtements peut aider à formuler des arguments plus efficaces contre la surconsommation textile.

Les jeunes de moins de 25 ans consacrent 7,5 % de leur budget aux vêtements et chaussures. Bien que le rapport qualité/prix prime sur la marque, l'esthétique reste un critère d'achat important. Cette information souligne l'importance de tenir compte à la fois du

coût et de l'attrait esthétique dans votre démarche de sensibilisation. Les adolescents ont une conscience de l'argent. Les jeunes hommes ont tendance à porter des vêtements de marque alors que les jeunes filles privilégient le confort et le plaisir (p9, p10, p11).

L'adolescence est une période de transition où les jeunes cherchent à s'affirmer en se distinguant. Les vêtements, le maquillage, les tatouages et les piercings sont des marqueurs identitaires. Les pratiques vestimentaires et esthétiques permettent aux adolescents d'exprimer leur personnalité et de développer un sentiment d'appartenance à un groupe. Alors, je pense que la sensibilisation au gaspillage textile doit tenir compte de cette recherche d'identité et proposer des alternatives qui permettent aux jeunes de s'exprimer tout en étant responsables. Il existe des codes et des normes vestimentaires dans la culture adolescente.

“Le comportement de l'adolescent est donc en ce sens, influencé par son environnement sans être pour autant déterminé par celui-ci. Le jeune prend des décisions en pleine conscience. Le look de ce dernier tend donc à résulter d'une telle dynamique. (p6)”

“Je peux ainsi définir l'adolescence comme étant un « temps de l'affirmation » (FIZE M., 2002, p.61). Autrement dit, durant cette période où l'adolescent subit des changements corporels, de repères, il va chercher à s'affirmer en se différenciant, en se distinguant. Il construit sa nouvelle identité qu'il va ensuite exposer aux yeux des autres.” (p.18)

Les adolescents se conforment aux normes vestimentaires de leur groupe de pairs pour être acceptés. La notion de normalité est relative et varie selon les groupes. Les adolescents, pour certains, cherchent à se démarquer de l'ensemble des individus de leur âge. La beauté, un critère d'appréciation et d'intégration dans un groupe, est aussi une norme. Cette analyse souligne la nécessité de proposer des solutions qui permettent de rester à la mode, pour ne pas engendrer de discriminations, tout en adoptant des pratiques durables.

Dans la suite de son mémoire, Sophie Terral précise que les jeunes sont influencés par leurs pairs, mais aussi par les médias. Les marques et les publicités peuvent avoir un impact sur les choix des jeunes mais ils ont un regard critique sur la mode véhiculée par les médias. La volonté d'intégrer un groupe et le regard des autres sont des facteurs importants dans le choix des vêtements. Les échanges de vêtements entre amis ou avec les membres de la famille sont aussi une pratique courante chez les jeunes, surtout chez les jeunes filles. De plus, l'avis des parents sur les vêtements importe peu pour les jeunes, qui tendent à s'émanciper et à se différencier. Toutefois, le rôle des parents reste important car ils ont une influence sur les achats de vêtements (p.17). Alors j'imagine qu'il est peut être judicieux d'inclure également les parents dans les campagnes de sensibilisation au gaspillage textile afin de toucher les jeunes avec plus de succès.

Le mémoire propose une typologie des différents styles vestimentaires adolescents, comme les teuffeurs, les gothiques, les cailleras, les no look, les punks, les surfeurs, les bling-bling, les babas cools, les jah-jah, les lolitas, les néo-dandys, les fashionistas, les skateurs, les tektoniks, les BCBG, les emos, les geeks et les rockeurs (p.58-78). Cette typologie peut aider à cibler la communication en fonction des différents groupes de jeunes qu'on souhaite sensibiliser.

¹Page LinkedIn, consulté le 6/1/2025, <https://www.linkedin.com/in/sophie-terral-05664398/?originalSubdomain=fr>

²Sophie TERRAL, "Les pratiques vestimentaires des jeunes, l'apparence au service de la sociabilité adolescente" <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00875300/document> (page consulté le 2024-12-02).

³L'interactionnisme symbolique est une approche issue de la sociologie et de la pragmatique américaine et signifie que les humains agissent à l'égard des choses en fonction du sens qu'ils attribuent à ces choses. Wikipédia, https://fr.wikipedia.org/wiki/Interactionnisme_symbolique, consulté le 6/1/2025.

⁴Le look: n.m, aspect physique, allure générale. Définition de Oxford Languages.

Les espaces du Nord-Pas-de-Calais

L'INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques) est un organisme public français chargé de produire, analyser et diffuser des statistiques officielles et des études économiques. Il est sous la tutelle du ministère de l'Économie et des Finances. L'INSEE collecte des données sur la population, l'économie, l'emploi, les entreprises, et bien d'autres aspects pour aider à la prise de décisions publiques et informer les citoyens¹.

Ce manuel thématique parle de la démarche partenariale entre le Conseil régional Nord-Pas-de-Calais, la Préfecture de région et l'Insee qui vise à étudier les "espaces régionaux" du Nord-Pas-de-Calais. *Les espaces du Nord-Pas-de-Calais : Diagnostic et dynamiques (Tome 1 - Manuels thématiques)*² fait partie d'une étude approfondie qui analyse l'organisation et le développement de neuf espaces régionaux identifiés, en examinant des aspects comme la démographie, l'économie, le développement humain et les mobilités. Cette étude s'inscrit dans une volonté de développement régional concerté et sert de base pour les différents schémas de programmation et contrats territoriaux.

Cette étude tient une place importante dans la compréhension de mon sujet car de nombreuses fois l'article traite de l'industrie du textile en France, plus précisément au Nord-Pas-de-Calais. D'après Wikipédia, dans la région et dans les années 1950, l'industrie textile est un des trois piliers économiques avec l'industrie charbonnière et la sidérurgie. L'étude de l'INSEE décrit chronologiquement l'évolution de l'industrie du textile.

Cette étude montre qu'à partir de 1930, les fibres textiles synthétiques commencent à émerger et deviennent de réels concurrents des fibres naturelles, qui étaient jusqu'alors les seules matières premières utilisées

pour les créations textiles. Si les fibres textiles prennent de plus en plus d'ampleur alors l'achat sera de plus en plus accessible mais cela engendrera un recyclage compliqué et une durée de vie minimale³.

Dans les années 1970, face à la mondialisation, les usines de textile en France rencontrent des problèmes économiques face au marché concurrentiel des entreprises qui délocalisent. Dans l'articles cela est traduit par :

Nous apprenons grâce à cette étude que *“dès la fin des années soixante, l'industrie textile montre des signes de recul. La récession économique de 1974-1975 ne fait qu'amplifier les problèmes déjà constatés : ralentissement de la croissance du marché intérieur, forte augmentation des importations.”* (p9). Chronologiquement cela nous amène à la démocratisation de la mondialisation.

“Après la seconde guerre mondiale, les produits textiles traditionnels issus de fibres naturelles comme le coton, le lin ou la laine sont directement concurrencés par les fibres synthétiques découvertes dans les années 1930. Ces dernières permettent de produire des tissus dont le façonnage est plus facile et présentent une résistance au lavage accrue.”(p.8)

“De grands établissements des industries du textile et de l'habillement aux prises avec les exigences du marché économique connaissent de graves difficultés. [...] Des sites ferment.” (p.10)

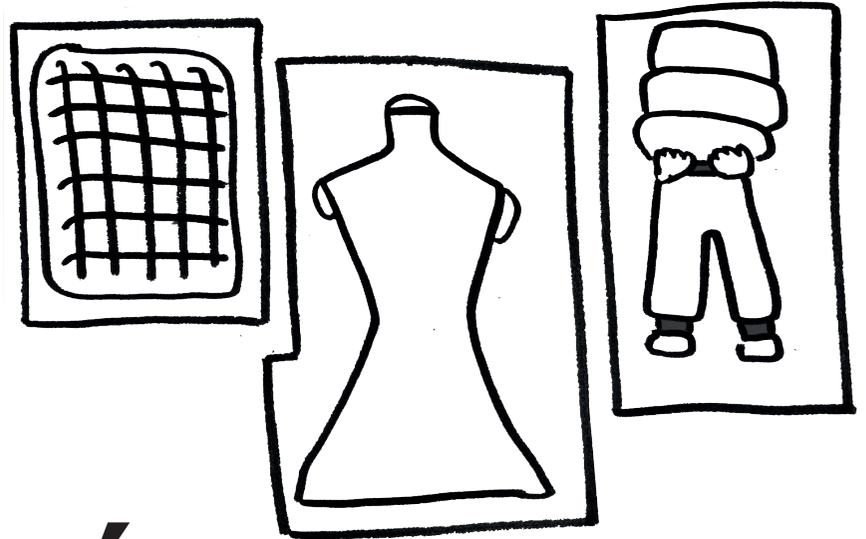
“Face à la crise, certaines entreprises délocalisent leurs activités, d'abord vers la Tunisie et la Turquie, puis vers la Chine et le reste de l'Asie.” (p.9)

L'étude de l'INSEE sur les espaces régionaux du Nord-Pas-de-Calais offre un contexte historique important pour comprendre les enjeux actuels du gaspillage textile et de la surconsommation. L'étude de cette région spécifique offre un exemple concret des effets de la mondialisation et des changements industriels sur le secteur textile. Cette perspective régionale permet d'analyser plus en profondeur les causes du gaspillage et de la surconsommation. Cette analyse historique permet de mieux comprendre les racines de ces enjeux et l'impact des choix de production et de consommation sur l'environnement et l'économie. Enfin, l'étude de l'INSEE permet de contextualiser les problèmes actuels de gaspillage et de surconsommation en les reliant à l'évolution de l'industrie, aux changements de pratiques de production et de consommation et aux dynamiques économiques mondiales.

¹Site de l'INSEE, <https://www.insee.fr/fr/accueil>, consultée le 7/1/2025

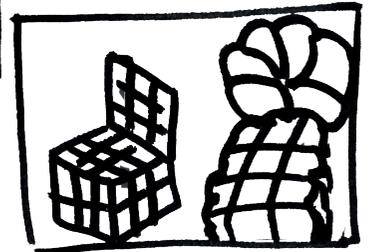
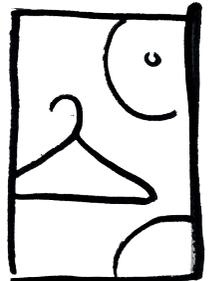
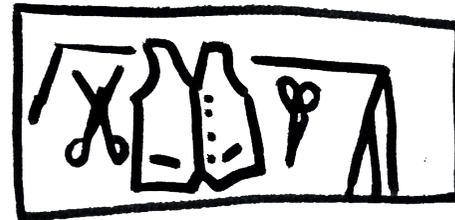
²INSEE, “Les espaces du Nord-Pas-de-Calais : Diagnostic et dynamiques (Tome 1 - Manuels thématiques)”, décembre 2014, 66 p.

³DURAND, Emmanuelle. L'envers des fripes - Les vêtements dans les plis de la mondialisation, Premier Parallèle., [s.l.], 2024, 168 p. [Coll. « Carnets Parallèles »], <https://www.fnac.com/a19346445/Emmanuelle-Durand-L-envers-des-fripes-Les-vetements-dans-les-plies-de-la-mondialisation> [Page consultée le 6 juin 2024].



ÉTUDE DE CAS

Design



Fab' Rab'

¹ Page d'accueil du site web de les ateliers RTT, <https://www.lesateliers-rtt.com/>, consulté le 17/12/2024.

² Compte rendu envoyé par les ateliers rtt.

“Les ateliers RTT” est une agence de design basée à Strasbourg. Ils déploient leurs compétences au service de projets de bien commun avec pour ambition de façonner un monde plus désirable, plus juste, plus sensé. Ils utilisent le design comme générateur d'ingéniosité, capable de rendre concrètes des visions idéales¹. Les Ateliers RTT ont organisé un stand de réanimation d'objets lors de la brocante du Centre Socioculturel de la Meinau, le 6 septembre 2015. L'objectif de cet atelier était de donner une seconde vie à des vêtements destinés à être jetés en les transformant pour qu'ils puissent séduire de nouveaux acquéreurs².

Cette initiative vise également à sensibiliser les exposants et les visiteurs des brocantes à diverses façons de revaloriser des objets, tout en les amenant à réfléchir à leurs habitudes de consommation.

Les designers ont invité les passants à participer à une activité originale : le tissage réalisé à partir de vieux vêtements. Tout au long de la journée, petits et grands ont pu s'initier à cette pratique grâce à un métier à

tisser géant. Ensemble, ils ont créé un tapis qui a été baptisé par l'un des participants « le Tapis Participatif ».

³ Compte rendu envoyé par les ateliers rtt.

Ce projet est en phase avec ma volonté de valoriser des matières déjà existantes, en leur offrant une seconde vie plutôt que de les laisser devenir des déchets. Cette approche s'inscrit dans une démarche de durabilité et de réduction du gaspillage.

Par ailleurs, l'idée de « donner à faire » occupe une place centrale dans ma réflexion. En permettant aux usagers de participer activement au processus de création ou de réparation, on leur redonne une forme d'autonomie face à une société

qui tend à rendre ces actions de plus en plus complexes. Aujourd'hui, les objets sont souvent conçus pour être remplacés plutôt que réparés, ce qui entretient une surconsommation constante. Donner les outils, les savoir-faire et la possibilité d'agir concrètement favorise une prise de conscience et une reconnection avec les objets du quotidien. Cela contribue à redonner du sens au geste de réparer et à valoriser l'existant.



Photographie prise par les designers présents durant l'atelier, 6 septembre 2015

Clinique vestimentaire

¹ Page wikipédia, https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeanne_Vic%C3%A9rial, consulté le 17/12/2024

Clinique Vestimentaire est un projet de recherche doctorale portée par Jeanne Vicérial qui s'inscrit dans une démarche de lutte contre la « fast-fashion ». L'objectif est de repenser la conception et la fabrication du vêtement en intégrant la notion de sur-mesure dans le prêt-à-porter.

Jeanne Vicérial est une chercheuse en design, pionnière de la réintroduction du sur-mesure dans le prêt-à-porter grâce à des méthodes innovantes. Après des études de costumière au lycée Paul-Poiret à Paris et un cursus sur la maroquinerie au London College of Fashion. Pour ce projet, la designer Jennifer Chambaret collabore au développement de vêtements ajustables, facilitant leur adaptabilité aux morphologies évolutives. Elle réalise son diplôme de création de costumes dans la même école que Vicérial: lycée Paul-Poiret à Paris et fait un master dans une école supérieure des arts décoratifs.

L'approche se fonde sur deux hypothèses majeures : d'une part, la création de pantalons adaptatifs permettant d'ajuster le tour de taille, et d'autre part, l'élaboration de vêtements

tricotés à partir d'un fil continu issu de surplus industriels. Cette dernière technique, développée en collaboration avec les Mines ParisTech, allie innovation numérique et savoir-faire artisanal pour proposer des vêtements sans déchets (zéro chute).

Ce projet met en avant des avancées technologiques en parfaite adéquation avec les valeurs que portera mon projet, notamment le zéro déchet et la conception de vêtements durables. Cette durabilité peut découler d'une coupe adaptée (comme le sur-mesure proposé ici), d'une meilleure qualité de fabrication ou encore d'un attachement émotionnel renforcé envers le vêtement.

En m'inspirant de cette approche, je peux envisager un atelier de création où des vêtements abîmés ou destinés à être jetés seraient transformés et personnalisés. Cette démarche offrirait non seulement une seconde vie aux vêtements existants, mais permettrait également aux participants de tisser un lien plus personnel avec ces pièces. En favorisant la personnalisation et l'attachement émotionnel, on limite les achats impulsifs et on contribue à une consommation plus réfléchie et responsable.



Photographie de Viscéral disponible sur ce site, <https://able-journal.org/fr/clinique-vestimentaire/>, consulté le 17/12/2024.

The t-shirt loom

¹Page vogue qui présente le projet <https://www.vogue.com/article/t-shirt-loom-textile-waste-recycling>

²Page d'artiste biographie <https://www.incollect.com/artists/elise-mcmahon>

³Site web de Francesca Capone https://www.francescacapone.com/info_cv

Elise McMahon, fondatrice du studio LikeMindedObjects et designer, est bien consciente de la surabondance de t-shirts aux États-Unis. Elle se spécialise dans la création d'articles recyclés en août 2020, elle a développé une ligne de coussins en textiles de fast-fashion, qui ont ensuite été expédiés à New York depuis Hudson sur la goélette climatiquement neutre Apollonia, et fait des recherches sur les systèmes de recyclage aux États-Unis, ainsi que sur la destination finale de ces vêtements d'occasion¹. Elle fait ses études à la Rhode Island School of Design pour son BFA et au design industriel avec un accent sur la durabilité à la Parsons School of Design pour son MFA². En 2020 elle contacte son amie, Francesca Capone, pour collaborer sur un projet de recyclage.

D'après son site web, "Francesca Capone est une conceptrice de matériaux, une artiste visuelle, une écrivaine et une éducatrice. Son travail s'intéresse principalement à la création de matériaux et à une réflexion poétique sur leur signification. Elle s'intéresse à la façon dont les formes tactiles servent à la fois de surfaces fonctionnelles pour la vie quotidienne et de mode de communication ou de symbole dans le paradigme culturel."³

Elise McMahon présente le projet à Vogue ce qui le fait connaître au grand public. Son projet est un métier à tisser. Nous pouvons créer à partir de déchets de t-shirts crée des produits tels que des vestes, des chaises, des coussins et des couvertures lestées à partir de nouveaux t-shirts mis au rebut⁴. Elise McMahon présente son projet dans cet objectif "nous avons développé ce métier à tisser pour encourager le recyclage à domicile et la création d'objets de famille qui seront partagés et conservés pendant longtemps, évitant ainsi que ce matériau utile ne finisse dans les décharges."⁵ Ce métier à tisser, accompagné d'un guide pratique et d'une vidéo, est destiné à encourager le recyclage DIY et la création communautaire.⁶



Photographié par Caroline Tompkins, *The T-shirt loom*

Ce métier à tisser fait 46cm X 46cm. Le cadran est en bois avec des picots en bois aussi. Il est simple d'utilisation grâce à son guide et aux vidéos qu'on peut trouver sur le web. Le projet est facile à comprendre et transposable avec de nombreux objectifs. La designer fournit le support et donne à faire afin que chacun puisse réduire ses déchets. C'est une alternative de création low-tech. L'idée est de donner à faire avec un mode d'emploi et est utilisable avec la matière première de chacun. Cela permet d'émanciper les usagers et de les sensibiliser au réemploi de leur déchets et en même temps à leur consommation de vêtements.

⁴Page qui présente le projet <https://www.wheninmanila.com/look-this-t-shirt-waste-loom-costs-p10000/>, consulté le 24/11/2024.

⁵Page vogue qui présente le projet <https://www.vogue.com/article/t-shirt-loom-textile-waste-recycling>, consulté le 24/11/2024.

⁶Publication instagram du processus https://www.instagram.com/p/CZsD55Avk-p/?utm_source=ig_embed&ig_rid=d-36d2af7-fc45-4786-a1ff-b7585ada5534&img_index=5

Gabriel Fabrics

¹Page d'accueil de la marque <https://www.gabriel.dk/> consulté le 25/11/24

² Site marchand officiel <https://www.gabriefabrics.com/products/upholstery/blend/64079?variant=2316-3001> consulté le 25/11/24

³ibid

⁴ Page LinkedIn Cenk Kivrikoglu <https://www.linkedin.com/in/cenk/?originalSubdomain=dk>, consulté le 25/11/24

⁵ Page du tissu Chili <https://www.gabriefabrics.com/products/upholstery/chili/53857?variant=2488-61174> consulté le 25/11/2024

⁶ Page d'explicatif du label Möbelfakta <https://www.mobelfakta.se/about-mobelfakta.html>

Gabriel Group propose des produits et des solutions pour l'industrie mondiale du meuble, notamment le développement, la conception et la fabrication de tissus, de meubles et de composants. De plus, ils proposent des solutions d'échantillons personnalisés, des solutions de confort acoustique et une expertise dans les services de tricotage, de gaufrage et de laminage.

Dans cette étude de cas design nous allons découvrir de leur tissu Blend. Blend est un tissu mélangé 100 % polyester recyclé post-consommation à faible impact avec une touche de vintage et une expression classique de costume en laine. Le design se distingue par sa structure visiblement irrégulière et ses détails mouchetés subtils qui ajoutent une touche élégante et jazzy au look classique. Il y a 24 couleurs conçus par la Gabriel Design Team et le matériau a été conçu par Cenk Kivrikoglu.

Cenk Kivrikoglu a fait un master école nationale supérieure des Arts Visuels de la Cambre à Bruxelles. Ensuite il a été professeur pendant 24 ans dans cette même école tout en étant designer freelance. C'est en 2004 qu'il entre dans le Groupe Gabriel jusqu'à devenir directeur artistique.

La plupart des tissus de la marque Gabriel, dont Blend, sont conformes aux exigences Möbelfakta, ce qui signifie que les produits répondent aux exigences environnementales établies par un tiers indépendant, que les exigences sont continuellement renforcées et qu'ils sont développés dans une perspective de cycle de vie.

Cette marque innovante et plus particulièrement ce tissu Blend Tissu montre l'intérêt de réutiliser les déchets. De plus, l'esthétique vintage et les détails stylés sont séduisants pour les adolescents. Enfin, cette marque illustre le cycle de vie durable des textiles pour des ateliers interactifs.



En s'inspirant sur ce produit, il est possible de concevoir un atelier de conception de tissu via des matières déjà existantes. Montrer à des jeunes qu'il existe de la matière qui a un cycle de vie vertueux et qu'il est possible de consommer de qualité peut les aider à changer leur habitudes de consommation.

Photographie tiré de leur page web

Pixel Dormoy

¹ Page présentation de projet de social design, consulté le 24/12/24, <https://plateforme-socialdesign.net/fr/decouvrir/pixel-dormoy>

Le projet Pixel-Dormoy, mené par la Fondation OVE en partenariat avec la Cité du design de Saint-Étienne ¹, est un exemple d'une démarche participative et créative pour engager des jeunes dans une réflexion active, tout en leur offrant des compétences pratiques.

Pixel-Dormoy s'est déroulé à l'ITEP Marx Dormoy de Roanne. Ce projet visait à repenser le règlement intérieur de l'établissement avec les jeunes, tout en les initiant à des techniques graphiques et créatives. Les jeunes ont collaboré avec un designer pour réinterpréter le règlement intérieur, en utilisant des outils comme la sérigraphie, la gravure, les pochoirs, la photo, et les jeux vidéo. Pour communiquer sur le projet, les jeunes ont réalisé une édition papier personnalisée du règlement intérieur, illustrée par leurs dessins et utilisant une typographie. Les objectifs de ce projet étaient : faciliter l'appropriation des règles par les jeunes en les impliquant dans leur création, transmettre des compétences artistiques et techniques et enfin offrir un espace d'expression et valoriser leur travail à travers une visibilité publique.

Ce projet propose une démarche participative et créative afin d'engager durablement et

de mieux faire intégrer des valeurs et des problématiques. Ce processus a facilité l'appropriation d'un objet souvent perçu comme imposé et ennuyeux. Dans ce projet c'est les règles de l'établissement, dans le cadre de mon projet de fin d'études cela peut se traduire par réutiliser le même schéma que les designers de Saint-Étienne enfin de sensibiliser profondément et de permettre de véhiculer des idées

de manière pérenne. De plus, avec un support visuel créé en collaboration, le projet pourrait facilement communiquer et pourrait inspirer d'autres projets de réemploi. Le travail des jeunes a été présenté publiquement dans le cadre d'une biennale, renforçant leur sentiment d'accomplissement et de fierté.

En impliquant activement les jeunes dans toutes les étapes du projet et en valorisant leurs créations, le projet contribuerait non seulement à leur sensibilisation au gaspillage textile, mais aussi à leur engagement dans une démarche durable. Le sentiment d'accomplissement et la reconnaissance publique, comme lors d'une exposition, renforcent leur attachement à ces valeurs.

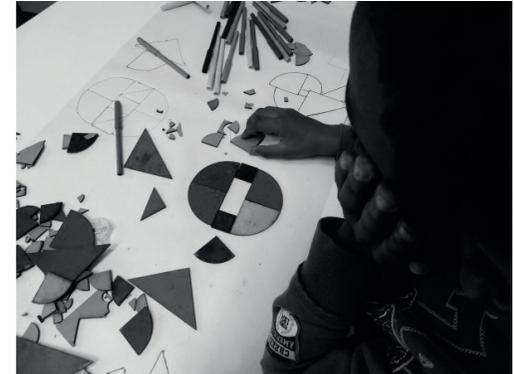


Photo de la plateforme Design Social prise par Hugo Riles.

Que portez-vous ?

¹ Page de la fédération régionale des MJC d'île de France, consulté le 28/12/24, <https://mjcidf.org/que-portez-vous-un-film-sur-la-fast-fashion-realise-par-nos-volontaires-europeens/>

² Ibid

Le mardi 12 juillet 2022, dans le cadre de l'événement « Les MJC à l'An Vert », la MJC (maison des jeunes et de la culture) Nogent (près de Paris) a présenté le film documentaire « Que portez-vous ? », réalisé par des volontaires européens engagés dans des missions solidaires en Île-de-France via le Corps Européen de Solidarité¹.

Paula, Ferdinand, Carla, Nazah et Frederica, originaires d'Allemagne, d'Espagne et d'Italie, ont travaillé dans des domaines variés tels que la protection de l'environnement, l'éducation des jeunes, l'animation socioculturelle et la promotion de la mobilité internationale².

En parallèle de leurs missions, ils ont conçu ce film collectif pour sensibiliser à la problématique de la « fast-fashion » et proposer des alternatives responsables. Pour cela, ils ont mené des interviews dans des ressourceries, vestiaires solidaires, boutiques éthiques et friperies, recueillant des points de vue variés et illustrant leurs propos avec des données et exemples clairs. Le documentaire se conclut par des recommandations pour une mode durable, adressées aux entrepreneurs et aux consommateurs. En parallèle, les volontaires

ont relevé le défi de ne consommer que des vêtements écoresponsables, démontrant que ce choix est accessible à tous.

Ce documentaire est disponible sur plusieurs plateformes telles que Vimeo, Dailymotion ou YouTube ce qui le rend facile d'accès au grand public. Que portez-vous? dure 40 minutes et le son et les images sont de bonne qualité. Le montage est travaillé (réalisé par Ferdinand, un des volontaires européens) et nous suivons facilement les informations que les jeunes nous véhiculent.



Image tirée du documentaire

Un documentaire réalisé par des volontaires, comme Que portez-vous? est un excellent médium de communication pour un projet, car il combine authenticité, engagement et créativité. Les volontaires, par leur implication personnelle, apportent une dimension humaine et sincère au projet, ce qui touche davantage le public. Leur perspective unique et diversifiée permet de présenter les enjeux avec des expériences vécues et des voix variées, rendant le message plus accessible.

Le format documentaire offre également une plateforme visuelle et narrative pour capturer des faits, des témoignages et des émotions, facilitant ainsi la compréhension de problématiques complexes. En mettant en lumière des exemples concrets, des solutions et des points de vue inspirants, il engage le spectateur à réfléchir et à agir.

Enfin, le choix du documentaire permet d'atteindre un large public, grâce à sa capacité à être diffusé dans divers contextes (événements, plateformes en ligne, écoles). Il est particulièrement efficace pour sensibiliser et mobiliser, car il combine information, persuasion et inspiration.

Anti_Fashion Project

¹ Page wikipédia de Lidewij Edelkoort, consulté le 28/12/24, https://fr.wikipedia.org/wiki/Lidewij_Edelkoort

² Page à propos officiel de ANTI_FASHION PROJECT, consulté le 28/12/24, <https://www.anti-fashion-project.com/aboutus>

³ Page workshop officiel de ANTI_FASHION PROJECT, consulté le 28/12/24, <https://www.anti-fashion-project.com/workshop>

Lidewij Edelkoort, diplômée en arts de l'université ARTEZ à Arnhem, a débuté sa carrière comme coordinatrice de mode pour le grand magasin De Bijenkorf¹.

En 2015, son manifeste a inspiré la création de l'ANTI_FASHION PROJECT, une plateforme ouverte à ceux qui veulent repenser le système pour qu'il devienne plus responsable, positif et bienveillant. Ce projet sert d'espace d'expression et met en lumière les initiatives et les acteurs qui contribuent à transformer la mode et à bâtir une économie plus durable, à un moment où tous les secteurs évoluent². L'ANTI_FASHION PROJECT réunit des industriels, des universitaires, des étudiants, des citoyens, des créateurs et des entrepreneurs pour échanger, collaborer et développer ensemble des projets novateurs. Ce projet favorise la rencontre de savoir-faire variés à travers des ateliers, des rencontres et un programme de mentorat, offrant des opportunités concrètes de collaboration et de créativité.

Depuis 2017 l'ANTI_FASHION PROJECT propose des workshops. L'objectif étant "de sensibiliser et d'éveiller à une consommation plus propre, plus raisonnée."³ Lors des workshops, l'ANTI_FASHION PROJECT font de la déconstruction

de vêtements, des ateliers d'upcycling et de photographie, de réflexion sur de nouveaux modèles économiques, création de pop-up stores éphémères... Ils collaborent avec des marques, des créateurs et des écoles tels que Décathlon, VEJA, Esmod, l'IFM et l'ENSAD...⁴

Un des workshops qui a été réalisé en France, à Bordeaux⁵, est celui en collaboration à Veja. C'était un pop up store éphémère de 3 jours avec des ateliers upcycling et de réparation. Une courte vidéo a été postée sur YouTube où nous voyons des jeunes (environ 20/25 ans) coudre, couper, dessiner et utiliser des patrons afin de réaliser des tote bag et des sacs bananes.



⁴ idem

⁵ ibid

⁶ Définition: l'éducation par les pairs est « un enseignement ou un échange d'informations, de valeurs et de comportements par des membres de même âge ou groupe » selon https://agir-ese.org/methode/leducation-par-les-pairs-favoriser-la-participation-active-dans-les-apprentissages#footnote1_2aec6gh

Cegenre de projet est favorable à l'apprentissage par les pairs⁶. Ce workshop incarne une réponse concrète aux problématiques liées à la mode durable et à la sensibilisation des jeunes générations. L'ANTI_FASHION PROJECT illustre comment des initiatives collectives et créatives peuvent non seulement repenser le système de la mode, mais aussi encourager des pratiques responsables et raisonnées. En réunissant des acteurs variés (industriels, étudiants, créateurs, etc.), il favorise une réflexion collective et la transmission de savoir-faire, notamment par l'apprentissage par les pairs, un aspect essentiel pour engager les 15/25 ans dans des démarches concrètes. Ces ateliers mettent également en lumière la valeur de l'économie circulaire et montrent comment la mode peut être abordée de manière plus éthique.

Workshop

¹ Page à propos de Therapy Berlin, consulté le 26/12/24, <https://www.therapy-berlin.com/about>

Le workshop présenté dans cette étude de cas se distingue par sa combinaison unique de créativité, d'approche interculturelle et d'impact local et international. Animé par Therapy Berlin et Josefina Studio Berlin, ce projet incarne une vision différente de la mode durable, en allant au-delà du simple recyclage pour offrir une expérience éducative.

Therapy Berlin, fondé en 2012 par deux immigrées argentines en Allemagne, Angie et Poli, apporte une richesse de perspectives issues de parcours variés. Angie, avec une formation en sciences de la communication à Córdoba, est à l'origine de GREEN FASHION TOURS BERLIN et membre de Future Fashion Forward e.V. Poli, quant à elle, partage son temps entre l'Argentine et Berlin, combinant ses compétences en design de mode et en graphisme pour redéfinir les codes de la création vestimentaire¹.

De son côté, Josefina Studio Berlin, dirigé par Josefina Coll, créatrice de mode uruguayenne, offre une expertise unique grâce à son studio situé à Kreuzberg, Berlin. Ouvert en 2022, ce studio met l'accent sur des services personnalisés, allant des ateliers d'upcycling aux créations sur mesure, tout en équipant les participants de compétences pour fabriquer et recycler leurs propres vêtements. Cette approche combine habilement l'éducation, la personnalisation et la valorisation des textiles existants².

Ce qui distingue ce workshop, organisé lors de la Denim Première Vision Fair à Berlin³, est l'accent mis sur la collaboration entre les

deux entités et la mise en avant des histoires personnelles des intervenants. Les participants ont été encouragés à transformer des vêtements existants en nouvelles pièces, telles que des sacs à partir de t-shirts ou des chemises pour hommes réinventées⁴. Mais au-delà des activités de couture ou de bricolage, ces sessions se sont avérées être de véritables espaces d'échange culturel, liant des participants de divers horizons autour d'une cause commune : réduire le gaspillage textile tout en explorant des méthodes de création innovantes.



Les trois piliers fondamentaux de leur travail : personnalisation, éducation et transformation prennent ici une dimension particulière. Non seulement les ateliers sensibilisent les participants à la réutilisation des matières, mais ils mettent également en lumière l'importance des compétences manuelles comme vecteur d'autonomisation. La collaboration entre Therapy Berlin et Josefina Studio Berlin offre un modèle d'intégration de la durabilité et de la créativité, où chaque participant repart non seulement avec une pièce unique, mais aussi avec une nouvelle façon de penser la mode.

Pour mes futurs projets sur la sensibilisation au gaspillage textile, cet exemple me pousse à aller au-delà de la simple transmission d'informations. Il s'agit de créer des expériences immersives et participatives qui résonnent avec les publics à un niveau personnel et culturel. L'idée de croiser les parcours, de partager les histoires et d'impliquer les participants dans une démarche créative renforce l'impact émotionnel et durable de telles initiatives.

² Page à propos de Josefina studio berlin, consulté le 26/12/24, <https://www.josefina-studioberlin.com/about>

³ Denim Première Vision Fair est un événement autour du denim qui regroupe de nombreux professionnels: tisseurs, fabricants de composants et d'accessoires, fabricants de vêtements/laveurs/finisseurs de tissus.

⁴ Page présentation du workshop, consulté le 26/12/24, <https://www.premierevision.com/en/magazine/denim-pv-workshop-upcycling-with-therapy-berlin/>

À petits morceaux

¹ Page projet du réseau des écoles québécoise entrepreneuriales et environnementales <https://www.rqeee.org/post/dossier-projet-la-fabrique-de-v%C3%AAtements-%C3%A0-petits-morceaux>

Cette étude de cas porte sur un projet éducatif réalisé au Québec dans l'école de Jeanne-Mance (Sainte-Angèle-de-Monnoir). Tout commence lorsque les élèves de la 3e année (CE2 en France) ont mentionné leur préoccupation pour l'environnement¹.

La fabrique de vêtements «à petits morceaux» commence par une réflexion collective avec les élèves pour générer des idées en lien avec la préservation de l'environnement. Ensuite, les élèves choisissent le projet à réaliser. Des vêtements usagés sont ensuite recueillis pour servir de matériaux de base. Ces vêtements sont transformés grâce à l'assemblage, la couture de boutons et l'ajout de pièces de tissu, permettant la création de 40 vêtements différents. Un défilé est ensuite préparé en impliquant les élèves de la maternelle dans l'organisation et la présentation.

Un designer social aurait pu enrichir ce projet en apportant des outils et des méthodes pour renforcer l'impact social et éducatif de l'initiative. Par exemple, il aurait pu aider à structurer la réflexion initiale en utilisant des techniques de design participatif. Ces outils auraient permis d'approfondir la compréhension des enjeux environnementaux et de mieux connecter le projet à des problématiques locales ou globales. De plus, un designer social aurait pu proposer

des stratégies pour maximiser la collaboration intergénérationnelle entre les élèves de CE2 et ceux de maternelle, comme la mise en place de binômes mentor/mentoré ou des activités co-construites. Il aurait également pu introduire des techniques pour valoriser les créations finales, telles que la réalisation de petits journaux de bord documentant le processus ou des expositions en dehors de l'école pour engager la communauté locale.

En intégrant un volet de sensibilisation plus large, un designer social aurait également pu aider à concevoir un guide éducatif ou une boîte à outils pour que d'autres écoles puissent reproduire le projet.

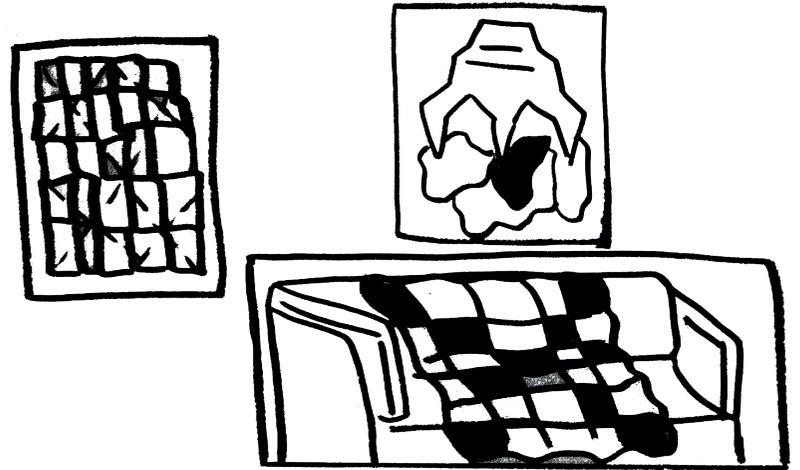
Cela aurait contribué à renforcer la durabilité de l'initiative en élargissant son impact.

«À petits morceaux» a stimulé la créativité et l'imagination des élèves en leur permettant de transformer des vêtements usagés en pièces uniques. Ce projet les a sensibilisés aux enjeux environnementaux, notamment à la réduction des déchets et au recyclage, tout en développant leur conscience écologique. En travaillant en groupe, ils ont appris la collaboration, le partage des idées et l'écoute des autres. Ce projet renforce également leur motricité fine et leurs compétences pratiques, comme la couture, tout en favorisant leur autonomie.

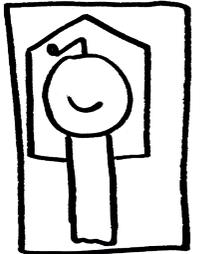
Un projet comme celui-ci permet de sensibiliser sans exposer de nombreuses données chiffrées et en donnant à faire. Cet esprit critique portera sûrement ses fruits lorsque l'enfant grandira. L'apport d'un designer social aurait permis d'aller encore plus loin dans cette dynamique collaborative et de renforcer les apprentissages et l'impact à long terme.



Réseau québécois des écoles entrepreneuriales et environnementales 2023



ÉTUDE DE CAS



Art



Fashion Monsters

¹ Page à propos de la journaliste <https://www.leonorlumineau.com/about>

² Page d'article <https://www.leonorlumineau.com/fashion-monsters>

³ Article sur des artistes contre la surconsommation et le gaspillage <https://www.lafamilleverte.fr/artistes-surconsommation-gaspillage-partie-2/>

⁴ Idem

Leonor Lumineux est une photographe diplômée d'une école de journalisme, l'Institut Français de Presse (IFP) en mai 2012. Elle commence sa carrière en tant que journaliste puis se spécialise en photojournalisme. Elle concentre son activité sur des sujets sociétaux, sociaux, économiques, et environnementaux¹.

Le projet Fashion Monsters est un projet photo qui est toujours en cours. Le but de ce projet photographique est "de nous interroger, tous, sur notre (sur?)consommation de vêtements."² Elle se rend chez la personne qu'elle va photographier, vide l'entièreté du dressing de celui-ci et recouvre le modèle avec des vêtements sélectionnés³ afin de réaliser un monstre de vêtement. "Le reste des vêtements est accumulé tout autour du monstre de mode ainsi créé. Suite à la prise de vues, un comptage des différents vêtements, par type, est effectué: on arrive ainsi à des nombres tout à fait impressionnants et auxquels on ne s'attendait pas"⁴. Enfin elle chiffre le nombre de pièces de la garde de robe, exemple: Pauline, 33 t-shirts, 21 chemises, 17 robes, 44 vestes, 44 pantalons, 40 paires de chaussures, 7 jupes, 3 combinaisons.

Ce projet photographique est intéressant car c'est une représentation visuelle simple et impactante. Je pense que le fait qu'elle met en avant les vrais consommations des personnes concernées permet de, plus facilement, prendre conscience de sa consommation.

L'idée de représenter le gaspillage avec un gros tas d'éléments, de vêtements ou d'autres choses permet de mettre en avant le constat de l'accumulation.

Cette première phase de prise de conscience est nécessaire avant de pouvoir proposer des solutions. Le comptage et le chiffrage (ici des vêtements) permet, en plus de la photographie, de renforcer la sensibilisation



Léonore Lumineux,
Fashion Monsters

Tar beach

¹Site biographique de Faith ringgold <https://www.beauxarts.com/grand-format/faith-ringgold-eclatante-figure-de-lart-afro-americain-et-de-la-lutte-contre-le-racisme-est-morte/>

²Site d'une musée à New York <https://www.guggenheim.org/artwork/3719>

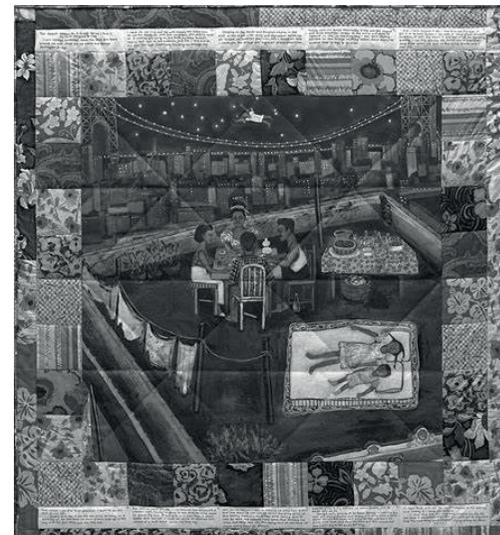
³Site artistique qui recense les 10 masterpieces de Faith ringgold <https://www.singulart.com/fr/blog/2023/11/21/peintures-emblematiques-faith-ringgold/>

Fille d'une couturière et d'un conducteur de camions à benne, Faith Ringgold (née Faith Willi Jones) voit le jour en 1930 à Harlem, à l'époque où ce quartier populaire de New York est l'épicentre bouillonnant du renouveau de la culture afro-américaine. Confrontée de plein fouet à la ségrégation raciale et au sexisme, elle doit se contenter d'une formation d'enseignante au City College de New York pour devenir professeure d'arts plastiques, la section beaux-arts y étant encore interdite aux femmes. Tout en enseignant l'art dans des collèges publics de Harlem et du Bronx, elle se met à créer de vibrants tableaux figuratifs et narratifs aux aplats de couleurs intenses¹. La qualité naïve et folklorique des courtépintes fait partie du plan de Ringgold visant à mettre l'accent sur la narration plutôt que sur le style, à transmettre des informations plutôt qu'à éblouir avec une technique élaborée².

Elle réalise de nombreuses créations qui sont les tapisseries vivantes qui racontent l'histoire d'une artiste pionnière³. Pour ses peintures, elle récolte des coupons de tissus qui l'intéressent et revient peindre dessus. Ensuite, elle installe les morceaux puis les couds tous ensemble. C'est donc une combinaison de peinture sur toile et de tissus matelassés.

Ce projet est impactant visuellement. Le lien entre 2 matériaux (peinture/tissu) apporte un aspect travaillé et créatif. Les couleurs vivent et les différents motifs l'un à côté de l'autre apportent de la profondeur et de la mixité.

L'approche de Faith Ringgold de mettre en avant l'histoire plutôt que l'esthétique est aussi notable, car finalement son message est passé et a été facilement étudié durant la Renaissance de Harlem. Avec ma question de recherche sur la sensibilisation au gaspillage textile, créer sans se préoccuper de l'esthétique et en véhiculant un message percutant peut être préférable.



**Faith Ringgold,
Tar Beach**

Mona Luison

¹ Page linkedin de Mona Luison consulté le 17/12/2024

² Page bio de son site <https://monaluison.com/bio/> consulté le 17/12/2024

³ ibid

Mona Luison a fait l'école des art décoratif de Strasbourg en option bijou¹. En parallèle de ses études, elle développe son attrait pour l'upcycling. Elle met en œuvre des techniques artisanales sur des matériaux issus de notre environnement quotidien : peluches, vêtements usagés, capsules de café, bouteilles d'eau, boîtes de conserve, fragments de cartes postales ou de photographies... Elle ravaude, rapièce, rafistole, raccommode, découpe, tisse, coud, reprise...²

Dans les travaux de Mona, le tissu constitue à la fois le muscle et l'épiderme des sculptures. Mona Luison fait passer des histoires grâce à ses sculptures. Parfois autobiographiques comme avec My Diary, ces sculptures racontent des histoires. Frédérique Oudin, critique d'art et journaliste, décrit ses sculptures comme cela : *"Chaque œuvre raconte une histoire, petite ou grande, personnelle ou collective: celle d'une grand-mère, évoquée par les tissus qui ont été les siens, celles de réfugiés perdus en mer, celle de la conquête spatiale. Mona s'attache à l'histoire des corps et naturellement nous invite à nous glisser dans d'autres peaux que la nôtre, pour porter ces histoires fragiles comme autant de bijoux précieux."*³

Pour mon travail, les travaux de Mona Luison sont une véritable source d'inspiration, notamment pour envisager un médium artistique collectif et participatif. En effet, son approche ouvre la voie à la création d'œuvres qui conjuguent plusieurs dimensions essentielles. Tout d'abord, l'aspect esthétique permettrait de rendre le concept d'upcycling attrayant visuellement, ce qui est un excellent moyen de sensibiliser à la transformation

des matériaux textiles. Ensuite, la dimension éducative prendrait tout son sens grâce à l'utilisation de techniques de couture, valorisant ainsi un savoir-faire manuel souvent oublié. Enfin, ce projet serait profondément sentimental, puisqu'il intégrerait des vêtements collectés en amont par le groupe. Chaque pièce aurait sa propre histoire, évoquant des souvenirs personnels, des liens affectifs ou des expériences partagées. Ce processus de création donnerait ainsi une seconde vie à ces textiles tout en célébrant leurs récits uniques.

En associant esthétique, apprentissage et émotion, ce type d'œuvre pourrait non seulement sensibiliser à l'upcycling mais aussi créer une expérience collective riche de sens et de créativité.



**Sculpture prêt à porté,
Métamorphose**

Format.

¹ Page internet de la marque, consulté le 23/12/24, <https://www.format-textile.com/%C3%A0-propos>

² Page professionnelle LinkedIn, consulté le 23/12/24, <https://www.linkedin.com/in/amandine-gerbe-a1b-80816b/?originalSubdomain=fr>

³ Page internet de la marque, consulté le 23/12/24, <https://www.format-textile.com/%C3%A0-propos>

⁴ Page internet de la marque, consulté le 23/12/24, <https://www.format-textile.com/collecte-textiles>

Format. est une marque spécialisée dans la création de tapis, étoffes, plaids et suspensions à partir de matériaux upcyclés, c'est-à-dire issus de matières récupérées¹.

Fondée par Amandine Gerbe, designer freelance basée à Paris, la marque reflète son engagement envers une consommation durable et une valorisation du textile existant. Diplômée d'un DSAA mention produit à l'ESDMAA², Amandine Gerbe estime qu'il est essentiel de « *repenser la manière de consommer ainsi que le textile lui-même pour éviter un désastre écologique* »³. Elle souligne également l'importance de traiter et réutiliser les matériaux déjà produits.

Dans cette démarche, Format. propose des créations uniques, comme des tapis entièrement conçus à partir de tissus upcyclés. L'innovation réside aussi dans le processus participatif : les clients peuvent apporter leurs propres textiles, même abîmés ou tachés, pour qu'ils soient intégrés dans de nouvelles pièces⁴. Cette initiative encourage une connexion personnelle avec les objets tout en promouvant une économie circulaire.

Format. illustre une approche concrète de valorisation des matières existantes tout

en sensibilisant à une consommation plus responsable. Format. s'attaque directement au problème du gaspillage en proposant des solutions upcyclées et en valorisant les textiles destinés à être jetés. Le fait que Format. permette aux usagers d'intégrer leurs propres textiles dans de nouvelles créations, établit un lien émotionnel avec le produit final. Je pourrais m'inspirer de ce projet, de cette marque, afin de créer un atelier qui intégrerait une activité où les participants réutilisent leurs propres vêtements pour les transformer en accessoires ou objets uniques. Alors comme Format. mon projet pourrait inclure une dimension émotionnelle en associant un souvenir ou une histoire à chaque pièce transformée. Comme pour Format. mon travail final pourrait combiner un aspect éducatif (sensibilisation au gaspillage) avec un produit final visuellement attractif.



photo prise du site de la marque Format. <https://www.amandinegerbe.com/format>

365 Knitting Clock

¹ Page à propos de l'artiste, consulté le 23/12/24, <https://sirenelisewilhelmsen.com/about>

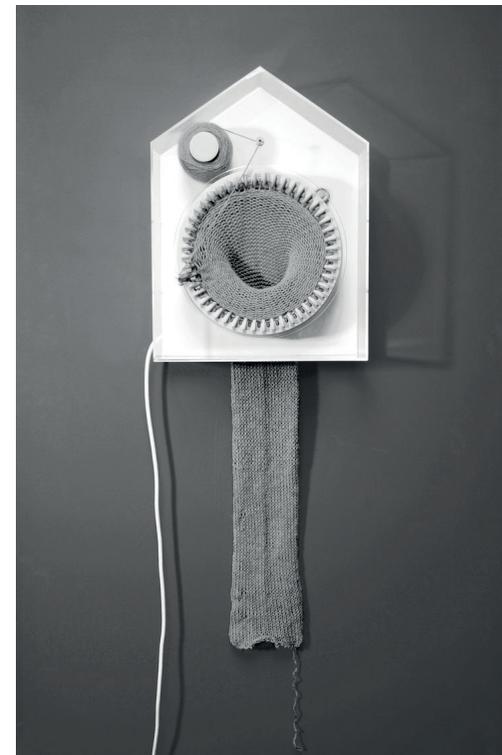
² Article qui parle du projet, consulté le 23/12/24, <https://www.maisonapart.com/edito/amenager-decorer/idees-deco/l-horloge-tricoteuse-ou-comment-obtenir-une-echarp-4515.php>

Siren Elise Wilhelmsen est une designer norvégienne reconnue pour son approche innovante et poétique du design. Diplômée de la Kunsthochschule Berlin-Weißensee, elle explore des concepts où le temps, les objets du quotidien et les processus naturels se rencontrent. Son travail se concentre sur la manière dont les objets peuvent raconter des histoires ou établir une connexion émotionnelle avec leurs utilisateurs. L'un de ses projets les plus emblématiques est la 365 Knitting Clock¹.

La 365 Knitting Clock est une horloge conceptuelle qui traduit le passage du temps en un objet tangible : une écharpe. Ce dispositif combine une horloge et une machine à tricoter circulaire. Au fil des heures, la machine tricote un point, et au bout d'une année complète, elle produit une écharpe de deux mètres de long. Ce projet illustre de manière visuelle et tactile le passage du temps, transformant un concept abstrait en une œuvre concrète.²

Le 365 Knitting Clock est un exemple d'intégration entre fonctionnalité, symbolisme et artisanat. Il invite à repenser notre rapport au temps et aux objets qui nous entourent. Cette réflexion sur la lenteur et la création pourrait inspirer mon projet de fin d'études

en valorisant des processus durables. Par exemple, je pourrais concevoir une activité où des vêtements ou accessoires se transforment progressivement pour illustrer le passage du temps ou raconter une histoire collective. Un autre projet qui pourrait être monté avec comme source d'inspiration le 365 Knitting clock serait une installation textile participative qui évolue au fil du temps en intégrant les souvenirs des participants sous forme de fils. L'idée serait de créer une œuvre collective et vivante, où chaque contribution laisse une trace unique, symbolisant le passage du temps et les liens humains.



Miriam Lehnart, 365 Knitting Clock

Dress code ?

¹ Article qui présente de l'exposition traduit du japonais avec l'intelligence artificiel, consulté le 25/12/24, <https://precious.jp/articles/-/13280>

L'article présente l'exposition "Dress Code? Le jeu des personnes qui portent des vêtements" qui s'est tenue au Musée National d'Art Moderne de Kyoto du 9/10 au 14/10 2019¹.

Cette exposition, en collaboration avec la Fondation de Recherche sur la Culture Vestimentaire de Kyoto (KCI), explore la puissance de l'acte quotidien de "s'habiller" par le biais plus de 300 œuvres, dont 90 costumes de la collection du KCI, ainsi que des photographies, des œuvres d'art vidéo, des mangas, des films et des pièces de théâtre.

Plutôt que de retracer l'histoire de la mode ou de se concentrer sur des créateurs spécifiques, l'exposition était structurée autour de 13 mots-clés, invitant les visiteurs à réfléchir aux codes vestimentaires implicites et à la communication entre soi et les autres par le vêtement. Parmi les œuvres présentées figuraient des pièces de COMME des GARÇONS, FENDI, MOSCHINO et Louis Vuitton.... L'exposition met en lumière le rôle de la mode dans la société et la culture contemporaines.

Mon sujet de travail se base sur le gaspillage textile et dans la relation entre l'humain et le vêtement, cette exposition qui se construit grâce à des verbes ou à des questions telles que "est-

il acceptable de sortir nu?" avec une statue de Vénus et un tas de vêtements peut permettre de créer des questionnements sur des sujets variés. Avoir des sections thématiques pour mon projet permettrait de diviser l'espace en zones représentant des thèmes comme "Expression de soi", "Pressions sociales", "Durabilité", ou "Influence des marques".

Une autre piste de projet qui découle de l'exposition de KCI et du Musée National d'Art Moderne de Kyoto est un projet collaboratif avec des fabricants qui sont dans la filière textile et montrent le cycle de vie d'un vêtement de fast-fashion. On pourra suivre alors avec une exposition par exemple les champs de coton/ de création de fibres synthétiques, la fabrication, son usage quotidien, jusqu'à sa fin de vie.



"Vénus en haillons"
"est-il acceptable de sortir nu?"

Cartographie textile

¹ Résumé du livre : Ceci n'est pas un Atlas, [s.l.], 2023, 230 p., <https://www.editionsducommun.org/products/ceci-nest-pas-un-atlas-orangotango-nephtys-zwer> [Page consultée le 25 décembre 2024].

² P.102

³ Ceci n'est pas un Atlas, [s.l.], 2023, 230 p., <https://www.editionsducommun.org/products/ceci-nest-pas-un-atlas-orangotango-nephtys-zwer> [Page consultée le 25 décembre 2024].

⁴ P.101

“Ce travail de recherche en géographie mené au Maroc entre 2010 et 2016 est un projet cartographique évolutif réalisé avec des femmes du quartier de Sidi Youssef Ben Ali, plus couramment appelé Sidi Yusuf. Dans ce quartier de la ville de Marrakech, au sud-est du pays, ont été menées plusieurs expérimentations de « cartographie textile ». Il s'agit d'un travail plastique pour restituer les espaces tels qu'ils sont pratiqués et vécus par les femmes de ce quartier populaire. Cette cartographie qualitative cherche à intégrer un autre rapport au savoir géographique dans le but d'approcher la complexité sensible des espaces, c'est-à-dire ce que l'on ressent quand on est quelque part, tant du point de vue sensoriel qu'affectif¹. Le projet de cartographie de Sidi Yusuf cherche à restituer le rapport sensible des personnes auprès desquelles s'est déroulée l'enquête à l'espace². Dans le chapitre II de *Ceci n'est pas un atlas*³, se trouve ce projet de cartographie qui est essentiellement réalisé en tissu, bobine... “Ces cartographies ont mobilisé plusieurs jours de travail, des bobines de fil et d'étoffes achetées au souk de Sidi Yusuf, des heures de discussions, des mains créatrices, des savoir-faire, notamment dans les domaines de la broderie et de la couture traditionnelles

marocaines, ainsi que l'intervention d'un tailleur de Sidi Yusuf pour l'assemblage final de la carte en 2014”⁴

L'ouvrage se conclut par ces éléments d'analyse : “Pour nous, les cartes peuvent être à la fois un point de départ et un outil d'analyse pratique pour soutenir le changement local et mondial” (p. 217) et “Elles permettent de montrer graphiquement les connexions et les relations géographiques” (p.221)

Ce processus de cartographie d'un espace, basé sur les sentiments et le rapport au sensible peut-être intéressant à inclure sur un support qui illustre le rapport au vêtement et la consommation d'un français type.



Cartographie textile, 2014

Une autre piste de projets serait que les cartes puissent montrer les trajectoires des vêtements, depuis leur fabrication dans des pays à bas coût de production jusqu'à leur exportation en tant que déchets textiles. Avec une vue globale du voyage que peut faire un vêtement produit en Asie, le public pourrait prendre conscience des impacts sociaux et environnementaux du gaspillage textile, tels que la surexploitation des travailleurs ou la pollution dans les pays en développement.

Socks

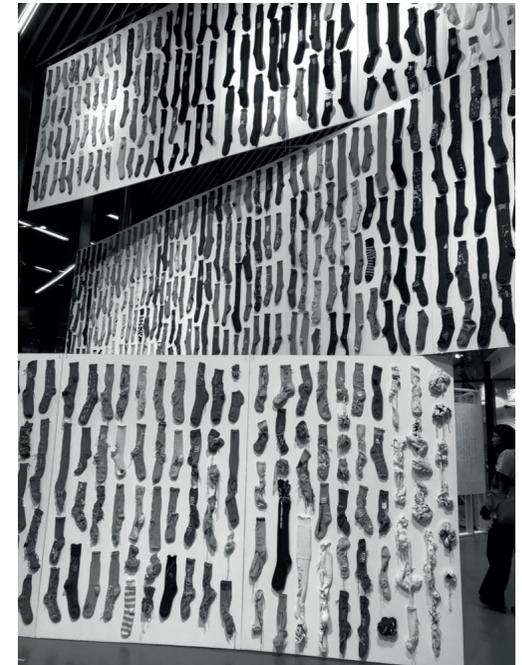
Celia Pym est une artiste basée à Londres, spécialisée dans la réparation textile depuis 2007. Travaillant avec des vêtements personnels et des archives muséales, elle explore les traces d'usure et les récits qu'elles racontent. Fascinée par l'impact de l'usage et des mouvements du corps sur les tissus, elle rend visibles les réparations à travers le raccommodage lent et attentif. Ses outils incluent des ciseaux, du fil et une aiguille, avec une philosophie centrée sur le soin et la préservation des dommages. Son travail a été exposé mondialement, notamment au Design Museum et à la Wellcome Collection à Londres. Elle propose des ateliers lors de son exposition à Londres le jeudi et le samedi et la visite de l'exposition est complètement gratuite.

Le projet "Socks: The Art of Care and Repair" de Celia Pym est une exposition organisée à la NOW Gallery (du 6 décembre 2024 au 9 mars 2025). Il met en lumière l'art de la réparation textile, en se concentrant spécifiquement sur les chaussettes, un objet du quotidien souvent négligé malgré son importance.

Les objectifs du projet sont de sensibiliser au raccommodage. Celia Pym transforme la galerie en un espace interactif où les visiteurs

peuvent découvrir et essayer la technique du raccommodage, en soulignant l'importance de la durabilité dans la mode. Un des autres objectifs de Pym est de mettre en valeur le processus de soin. En effet l'exposition illustre la tendresse et l'attention nécessaires pour réparer des vêtements abîmés, montrant que les traces de dommages peuvent devenir des éléments visibles et significatifs.

L'exposition de Pym est notable, car elle permet une participation communautaire. Cette exposition a rassemblé les enfants, familles et enseignants d'une école primaire à South East London ont contribué en raccommodant 488 chaussettes, récupérées dans des déchets textiles industriels. Ensuite il y avait un atelier pratique permettant aux participants de s'impliquer activement et de donner la capacité et les méthodes pour faire soit même. Le projet encourage une réflexion sur la consommation textile, la réparation et la créativité. Enfin, l'exposition célèbre les actes de soin et de durabilité, tout en transformant un geste utilitaire en une forme d'expression artistique.



Socks: The Art of Care and Repair, Esma Kavcar, 2024.

The tallest closet

¹ Page artiste sur wikipédia, consulté le 26/12/24, https://en.wikipedia.org/wiki/Benjamin_Von_Wong

² Page qui présente le projet, consulté le 26/12/24, <https://www.thevonwong.com/work/tallest-closet>

³ Page qui présente le projet, consulté le 26/12/24, <https://blog.vonwong.com/tallestcloset/>

Benjamin Von Wong, artiste-photographe canadien d'origine chinoise, est réputé pour ses installations photographiques monumentales à portée environnementale. Ancien ingénieur minier diplômé de l'Université McGill, il décide en 2012 de se consacrer à la photographie en autodidacte. Il développe un style unique combinant l'aspect spectaculaire et un engagement écologique fort¹.

En 2018, il crée "The Tallest Closet", une installation photographique impressionnante illustrant la consommation textile d'une personne moyenne au cours de sa vie². L'œuvre prend la forme d'une structure verticale de plus de 14 mètres de haut, composée de 3000 vêtements, soit la quantité moyenne qu'une personne accumule dans sa vie. Les vêtements, collectés grâce à des dons, sont recyclés ou redistribués après l'installation. Ce projet vise à sensibiliser au gaspillage vestimentaire, à interroger nos habitudes de consommation et à rendre tangible l'impact de la mode sur l'environnement².

L'installation frappe par sa dimension visuelle: la montagne de vêtements empilés crée un choc visuel immédiat. La photographie finale, représentant une femme contemplant cette

immense tour, met en perspective l'échelle humaine face à cette accumulation. Von Wong utilise souvent cette esthétique spectaculaire pour provoquer une réaction émotionnelle et diffuser des messages environnementaux puissants. "The Tallest Closet" illustre également la portée participative de son travail, grâce à la collecte collaborative des vêtements.

Ce projet s'inscrit dans une démarche plus large, où l'art devient un outil de sensibilisation environnementale. Benjamin Von Wong vise à transformer des statistiques abstraites en expériences visuelles percutantes, largement partageables sur les réseaux sociaux, afin d'amplifier leur portée.

L'étude de cas de "The Tallest Closet" offre des éléments précieux pour un mémoire en design sur le gaspillage textile. La structure monumentale permet de visualiser concrètement l'impact de la consommation individuelle, rendant accessible une problématique complexe. La méthodologie intégrant collecte participative et redistribution durable renforce l'engagement écologique. Ce projet exemplifie comment le design et l'art peuvent vulgariser des enjeux globaux tout en touchant un large public. Par sa simplicité conceptuelle et son impact émotionnel immédiat, "The Tallest Closet" illustre la puissance du design dans la sensibilisation environnementale.



**The Tallest Closet,
Benjamin Von Wong**

Fashion Victims

¹ *Modes pratiques*. Revue d'histoire du vêtement et de la mode, 2015, 415 p., <https://www.modespratiques.fr/numeacutero-1.html> [Page consultée le 11 novembre 2024].

² D'après l'univertistè d'histoire de l'art de Toronton, <https://www.arthistory.utoronto.ca/people/directories/all-faculty/alison-matthews-david>, consulté le 9/1/2025.

³ D'après le Bata Shoes Museum.

⁴ D'après sa page LinkedIn, <https://www.linkedin.com/in/elizabeth-semmelhack-727baaa/?original-Subdomain=ca>, consulté le 9/1/2025.

Cette étude de cas porte sur l'exposition «Fashion Victims»¹ présentée au Bata Shoe Museum de Toronto, au Canada, du 18 juillet 2014 au 30 juillet 2016. Organisée par Alison Matthews David, chercheuse en histoire de la mode à la Ryerson School of Fashion, et Elizabeth Semmelhack, conservatrice en chef du musée, l'exposition explore les liens complexes entre la mode et ses conséquences sociales, économiques et environnementales. Les informations principales sont issues de la revue *Mode pratique*².

Alison Matthews David, professeure à la Toronto Metropolitan University, est titulaire d'un doctorat de l'Université de Stanford. Ses recherches se concentrent sur la culture vestimentaire et matérielle du XIXe et début du XXe siècle³. Elle a cofondé la revue «Fashion Studies», rendant accessible l'histoire de la mode au grand public. De son côté, Elizabeth Semmelhack, directrice du Bata Shoe Museum, met à profit son expertise en histoire de l'art pour explorer les significations culturelles des chaussures à travers des expositions innovantes⁴.

L'exposition «Fashion Victims» analyse comment la mode, bien que vecteur

d'expression et de transformation sociale, peut avoir des effets néfastes. Elle retrace l'évolution de la mode, d'un privilège des élites à un phénomène de masse, grâce à l'industrialisation et à la production en série. Elle examine l'impact des vêtements, chaussures et accessoires sur les individus, les communautés et l'environnement. L'exposition souligne également la distinction sociale marquée par les vêtements, avec des matières luxueuses comme la soie réservées aux élites, tandis que les classes ouvrières optaient pour des habits pratiques.

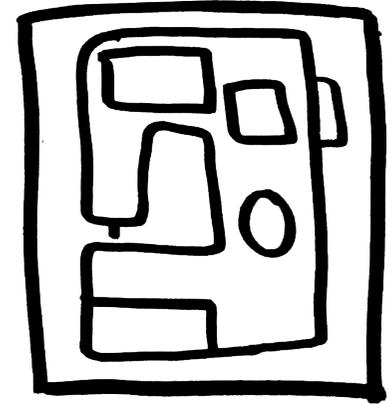
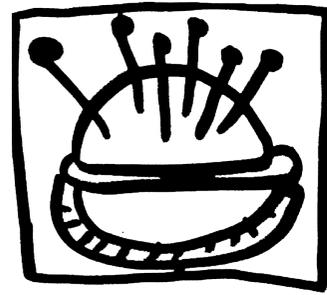
Un point central est l'accent mis sur les «victimes de la mode»

: travailleurs exposés à des conditions difficiles, teintures toxiques ou dangers industriels. L'exposition explore les problématiques liées à la production de masse, comme l'exploitation de la main-d'œuvre et les impacts environnementaux.

Dans le cadre de ma recherche-projet, cette exposition met en lumière la mode comme vecteur socio-économique. Elle démontre que les vêtements dépassent leur fonction pratique pour refléter les relations humaines, les structures sociales et les enjeux environnementaux. Ainsi, «Fashion Victims» illustre la relation intime entre l'individu et la mode tout en dévoilant ses implications cachées.

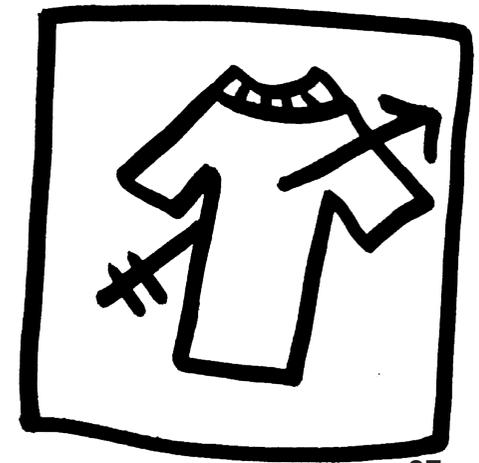
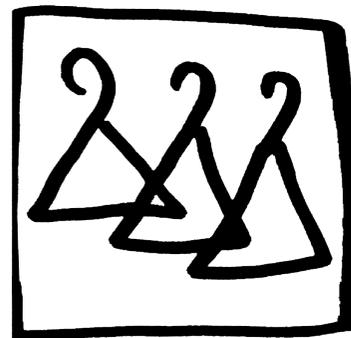


**Bata Shoe Museum,
Toronto, Canada,
Ron Wood, 2013**



ÉTUDE DE CAS

Technique



Dans le cadre de ma recherche-projet, je souhaite découvrir les techniques permettant d'imprimer des écritures ou des motifs sur des t-shirts. Mon objectif est de trouver une méthode d'impression qui soit à la fois simple et facilement reproductible lors d'un atelier destiné à des adolescents âgés de 12 à 18 ans.

Pour se faire je teste les pochoires, le tampon et le flocage.

Pochoir papier

Objectifs

Dans cette expérimentation, je teste les limites du carton en tant que pochoir. Le papier étant trop fragile, j'explore si un support plus épais peut permettre d'imprimer des lettres sur du tissu tout en étant réutilisable. Je cherche également à déterminer si cette méthode peut être reproduite dans le cadre d'un atelier de customisation.

Déroulement de l'expérimentation

Imprimer le texte sur du papier 80g

Découper au cutter chaque lettre, bien garder l'œil des lettres.

Diluer la peinture textile avec de l'eau.

Découper au cutter chaque lettre préalablement imprimée sur du papier machine.

Installer un morceau de carton sous la première couche du tissu en jersey à customiser.

Placer le pochoir sur le T-shirt.

Coller l'œil des lettres sur le tissu en jersey.

Peindre avec un pinceau (résultat ligne du haut) ou peindre avec un rouleau (résultat ligne du bas).

Observations

Découper les lettres avec le cutter demande beaucoup de temps et de précision. Cependant, l'impression typographique offre une grande variété de visuels, ce qui permet un vaste choix de personnalisations.

Après le 1er passage, le pochoir papier est fortement usé. Après le second, il n'était presque plus utilisable.

Conclusion

Cette expérimentation s'avère peu concluante.

Le rendu est intéressant sur le plan plastique et graphique. Cependant, le découpage des lettres est trop long, minutieux et potentiellement dangereux pour envisager l'utilisation de cette technique telle quelle dans le cadre d'un atelier. De plus, le fait de ne pas pouvoir réutiliser le pochoir est problématique, car cela génère un gaspillage de matériel et rend la méthode moins économique et moins pratique pour une utilisation répétée ou en série. En outre, l'impossibilité de réutiliser le pochoir fait qu'on ne pourrait pas appliquer cette technique directement dans un atelier. Enfin, la fabrication fastidieuse des pochoirs rend leur création pendant l'atelier peu envisageable.



Pochoir carton

Objectifs

Pour cette expérimentation je teste les limites du carton comme pochoir. En effet, le papier étant trop peu résistant, je veux voir si un support plus épais permettrait d'imprimer des lettres sur du tissu et pouvoir être ré-utiliser. Je veux aussi découvrir si il est possible de reproduire cette étude de cas lors d'un atelier de customisation.

Déroulement de l'expérimentation

- Dessiner sur le carton les lettres au crayon de papier.
- Découper au cutter dans le carton les lettres.
- Fixer les lettres sur le tissu avec de la pâte à fixe.
- Aller en extérieur et porter un masque.
- Atomiser de la bombe de peinture textile sur les lettres.
- Attendre 10 minutes que la peinture sèche.
- Enlever les lettres.

Observations

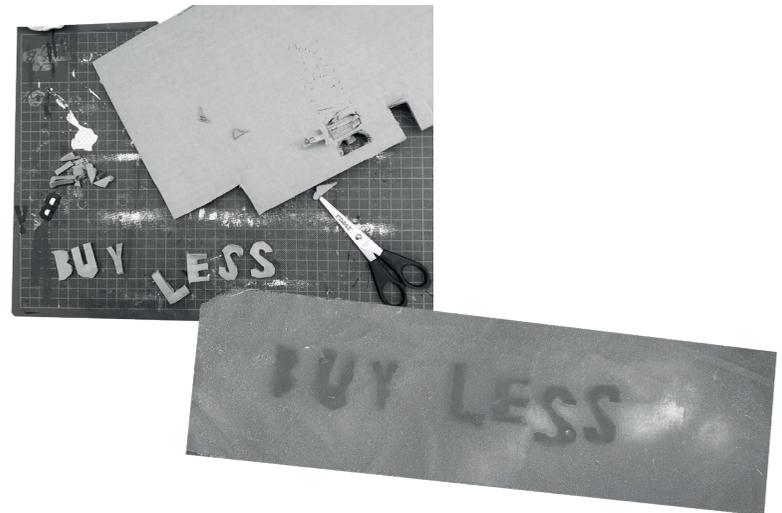
Le découpage des lettres dans le carton se révèle complexe. En effet, il demande d'appuyer fortement sur la lame, et la nature alvéolée du matériau crée un résultat imprécis et aléatoire. De plus, il est difficile de suivre une typographie précise, ce qui m'a empêchée d'obtenir le rendu souhaité lors de mon expérimentation.

Conclusion

J'ai finalement décidé d'abandonner l'idée d'utiliser le carton comme support pour mes pochoirs dans le cadre de cette étude de cas technique. Ce processus génère un résultat organique, avec des lettres disproportionnées, ce qui peut être intéressant sur le plan esthétique. Cependant, le carton, tout comme le papier, présente plusieurs limites.

Tout d'abord, la découpe produit des résultats aléatoires et empêchant l'utilisation d'une typographie précise. Ensuite, la fabrication d'un pochoir en carton reste complexe et peu adaptée à un travail collectif ou en atelier, car elle ne peut pas être réalisée efficacement sur place.

Ces contraintes m'ont conduite à dévier de mes recherches initiales sur les pochoirs, car elles ne répondent pas aux exigences pratiques et pédagogiques d'un atelier de customisation avec des jeunes participants.



Tampon

Objectifs

Pour ce test, je veux lier alimentation et peinture afin d'explorer leur alliance et d'observer les contraintes que cela implique. Ce croisement entre ces deux domaines me permet d'expérimenter de nouvelles techniques et de questionner l'utilisation de matériaux alternatifs et écologiques dans le cadre d'un projet créatif.

Déroulement de l'expérimentation

Couper une pomme de terre en deux.

Avec un couteau ou un cutter, sur une des parties plates, graver une forme.

Diluer la peinture textile avec de l'eau.

Sécher la pomme de terre pour avoir un meilleur résultat.

Ancrer la pomme de terre avec la peinture.

Tamponner autant de fois que nécessaire la forme sur le T-shirt.

Laisser sécher.

Observations

Les pommes de terre, étant plus tendres que le carton, se découpent rapidement et facilement, même avec des outils simples comme un couteau de cuisine. Bien que le matériau soit plus facile à couper, il peut être difficile d'obtenir des bords parfaitement nets à cause de la texture de la pomme de terre. Contrairement au carton, la pomme de terre a une durée de vie limitée, car elle sèche ou s'abîme rapidement après la découpe, ce qui la rend peu réutilisable.

Conclusion

Les impressions réalisées avec des formes découpées dans des pommes de terre produisent des motifs organiques, souvent irréguliers, ce qui peut être esthétiquement intéressant. De plus, travailler avec un matériau alimentaire comme la pomme de terre offre une expérience différente, notamment par la texture et l'odeur, ce qui peut enrichir un atelier créatif.

Il est essentiel de laisser sécher la pomme de terre avant de la tremper dans la peinture. Sinon, le résultat risque d'être baveux, comme illustré sur la photo.

Cette étude de cas est intéressante à reproduire en atelier, mais les impressions de formes organiques ont un impact visuel moins direct qu'une impression de texte.



Flocage

Objectifs

Cette fois-ci je découvre le flocage. Je pense que coller des autocollants avec des lettres serait une bonne idée. Les autocollants ont un résultat de net alors il est possible de réaliser de nombreux visuels sans effort. Rapide et sans trop de danger cette étude de cas est-elle réalisable lors d'un atelier?

Déroulement de l'expérimentation

- Vectoriser le texte dans un logiciel de dessin vectoriel.
- Choisir du vinyle autocollant.
- Découper le texte sur du Vinyle à l'aide d'un plotter de découpe.
- Coller les lettres sur le tissu.

Observations

Il est nécessaire d'avoir un plotter de découpe pour réaliser cette étude de cas. En effet, le projet est rapide. Une fois le texte écrit et vectorisé, le découpage prend quelques secondes. Le résultat est très net et ressemble aux produits qu'on peut trouver sur le marché. Mais le choix du vinyle est important, car avec du vinyle mat, les lettres se décollent très vite (voir la 1e photo).

Conclusion

Le flocage avec le vinyle brillant est intéressant visuellement. Il est possible de réaliser différents rendus grâce aux différentes typographies et différentes couleurs de vinyle. En termes de faisabilité lors d'un atelier, le processus est rapide mais pas très créatif. En effet, pour créer ce rendu, il faut seulement taper sur les touches d'un ordinateur et exporter le fichier en SVG et enfin installer le vinyle.

Pour la suite de ma recherche-projet, je ne retiens pas cette étude de cas, car l'aspect créatif et manuel n'est pas assez présent pour moi.



Dans le cadre de ma recherche-projet, je souhaite développer une nouvelle matière écologique qui permettrait d'apprendre des techniques de tissage et de couture. L'objectif principal est d'identifier des méthodes simples, sûres et esthétiquement attrayantes pour des activités créatives. Je cherche à explorer des techniques artisanales qui favorisent l'apprentissage.

Crochet

Objectifs

Cette étude de cas a pour objectif de trouver une nouvelle utilité aux sachets plastiques. En utilisant la technique du crochet, je vais explorer ce que m'offre ce matériau à usage unique.

Déroulement de l'expérimentation

Dans la largeur des sacs plastiques, couper des bandes de 2 cm de large.

Nouer les bandes de plastique obtenues bout à bout afin de créer une pelote.

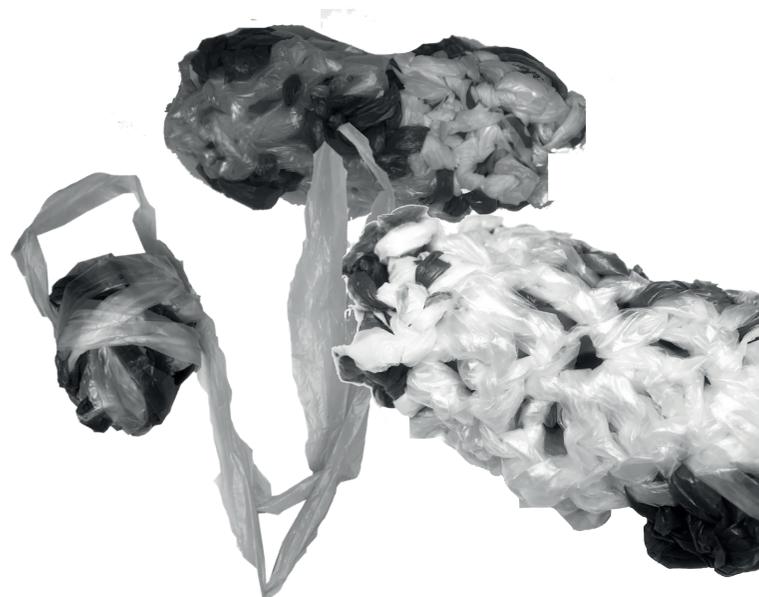
Crocheter la matière la pelote de plastique. Faire une bride simple.

Observations

L'objet réalisé n'a pas abouti à un résultat concret après 1h30 de travail, formant une création informe. Cette expérience a mis en évidence le besoin de tutoriels plus clairs pour cette technique, afin de la rendre plus accessible et compréhensible.

Conclusion

L'utilisation du plastique permet de donner une nouvelle vie à des matériaux destinés à être jetés. Cependant, en raison du manque de techniques et de tutoriels adaptés, il est difficile de créer quelque chose d'utilisable. Je ne compte pas conserver cette technique pour l'instant, car elle ne donne aucun résultat concluant, et le processus, bien que divertissant, est chronophage.



Toujours avec une volonté de créer une nouvelle matière, cette fois si je veux valoriser des chutes de papier. Ces chutes de papier est location d'élever graphiquement le visuel d'une affiche. Alors je cherche à savoir si il est possible de coudre du papier.

Couture

Objectifs

Cette étude de cas technique explore l'utilisation de points de couture pour dessiner sur papier, l'assemblage des chutes de papier en un patchwork, et donc tester la lisibilité du rendu. Elle examine aussi l'impact de différents grammages (calque 70 g, coloré 90 g, cartonné 120 g) sur cet assemblage.

Déroulement de l'expérimentation

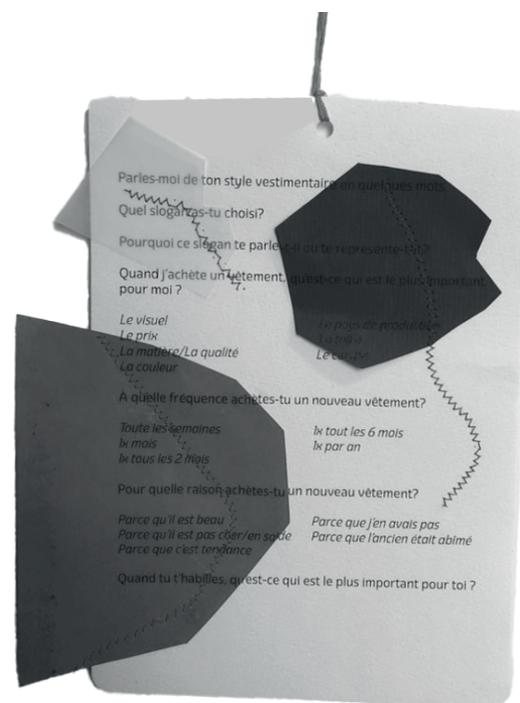
- Récupérer du papier coloré.
- Imprimer le texte dessus.
- Découper des formes organiques.
- Scotcher le papier découpé sur l'autre papier.
- Placer le papier et coudre.

Observations

Le résultat est à la fois rapide et esthétique. La couture s'effectue sans difficulté, quel que soit le grammage utilisé (70 g, 90 g, 120 g). Cependant, plus le papier est foncé, moins le texte reste lisible. La réutilisation des chutes de papier apporte un intérêt graphique notable, tandis que l'ajout de la couture renforce la thématique textile et confère une valeur ajoutée à une simple affiche.

Conclusion

En résumé, coudre sur papier permet d'obtenir un visuel original tout en donnant une seconde vie aux chutes. Le papier reste stable et la couture est fluide, quel que soit son épaisseur, bien que les teintes foncées réduisent la clarté. Cette approche renforce l'expression visuelle et évoque subtilement le textile. Je peux donc garder cette technique mais en choisissant avec soin la couleur du papier.



Dans le prolongement des recherches expérimentales sur de nouvelles matières utilisant des techniques artisanales, le tissage à l'aide d'un métier à cadran constitue les prochaines expérimentations.

Tissage papier

Objectifs

L'objectif est d'associer tissu et papier pour créer une nouvelle matière. Une technique simple est privilégiée afin de tester la solidité du résultat. Cette démarche vise également à valoriser le papier en le transformant en un matériau fonctionnel.

Déroulement de l'expérimentation

Se munir d'un cadran à tisser.

Glisser le tissu à l'horizontale puis nouer les extrémités pour que le tissu reste bien en place (ce sera la chaîne).

Découper des lamelles de feuille en papier.

Entremêler le papier au dessus en dessous du tissu.

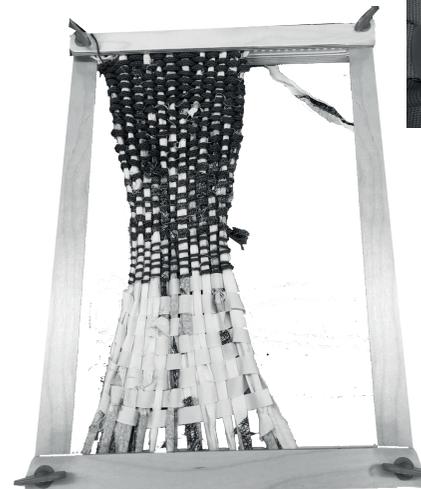
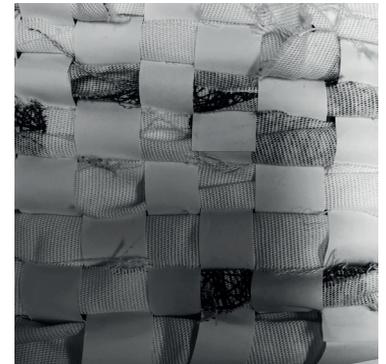
Coller, avec de la colle en stick, le papier puis retirer le projet du cadre à tisser.

Observations

Pour cette expérimentation, il a été difficile de manier le papier sans le déchirer, mais le résultat final est, contre toute attente, plutôt robuste.

Conclusion

La technique du tissage est simple à réaliser. Ce projet pourrait mener à la création d'objets fonctionnels, tels qu'une panier, mais les possibilités semblent limitées en raison de la rigidité du papier. Ainsi, cette expérimentation ne sera probablement pas utilisée, car les objets obtenus ne seraient pas utiles pour moi.



Tissage laine

Objectifs

L'objectif est de concevoir une nouvelle matière qui possède une base solide. Ici, l'idée est de réutiliser des pelotes/des chutes de laine pour créer un matériau permettant de fabriquer soi-même un objet.

Déroulement de l'expérimentation

Se munir d'un cadran à tisser.

Passer le fil au niveau du premier clou de l'autre côté, puis tout de suite sur le clou suivant du même côté.

Repasser sur le bord inverse et ainsi de suite. Ce premier fil constitue la chaîne.

Passer, avec la laine, au dessus du premier fil, en dessous du second, au dessus du 3e, sous le 4e et ainsi de suite jusqu'au bout.

Pour le deuxième rang, faire de même en inversant le sens de passage. Ainsi de suite.

Nouez les fils deux par deux.

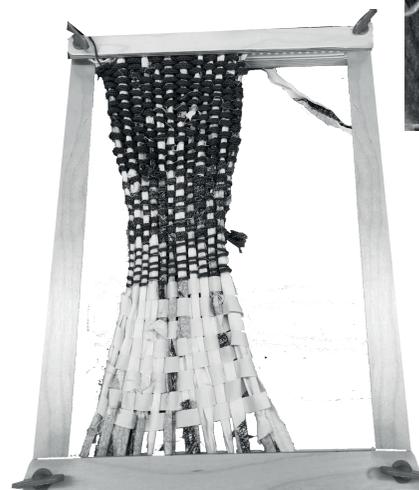
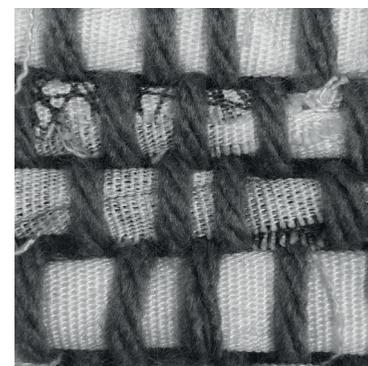
Retirer le projet du cadre à tisser.

Observations

Comparée au papier, la laine offre un résultat moins rigide mais beaucoup plus agréable au toucher. Elle permet d'obtenir une texture plus douce et souple, avec un fini plus serré mais moins homogène. Bien que moins solide, cette matière apporte une dimension sensorielle et une finesse qui ne peuvent être obtenues avec le papier.

Conclusion

Bien que moins solide, cette matière apporte une dimension sensorielle et une finesse qui ne peuvent être obtenues avec le papier. La durée de réalisation est plus longue, mais le tissage reste toujours simple à réaliser. Le résultat ne me permet pas de l'inclure dans la suite de mon projet, car je n'y trouve pas d'utilité.



Tissage jersey

Objectifs

L'objectif est de concevoir une nouvelle matière qui possède une base solide. L'idée est de réutiliser, cette fois-ci, du jersey pour créer un matériau permettant de fabriquer soi-même un objet. Le jersey est une matière que l'on retrouve beaucoup sur les vêtements. Elle est élastique et résistante.

Déroulement de l'expérimentation

Se munir d'un cadran à tisser.

Passer le fil au niveau du premier clou de l'autre côté, puis tout de suite sur le clou suivant du même côté.

Repasser sur le bord inverse et ainsi de suite. Ce premier fil constitue la chaîne.

Passer, avec le jersey, au dessus du premier fil, en dessous du second, au dessus du 3e, sous le 4e et ainsi de suite jusqu'au bout.

Pour le deuxième rang, faire de même en inversant le sens de passage. Ainsi de suite.

Nouez les fils deux par deux.

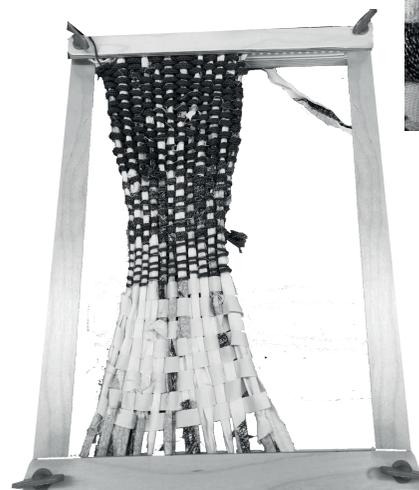
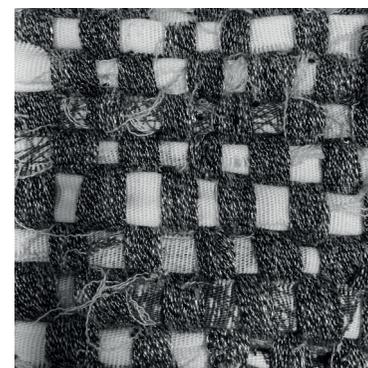
Retirer le projet du cadre à tisser.

Observations

Le résultat est résistant, mais le processus est plutôt long malgré sa facilité. Le résultat est solide, agréable au toucher et maniable. En effet, ses avantages font que le tissage avec du jersey peut être utilisé pour créer des objets utiles.

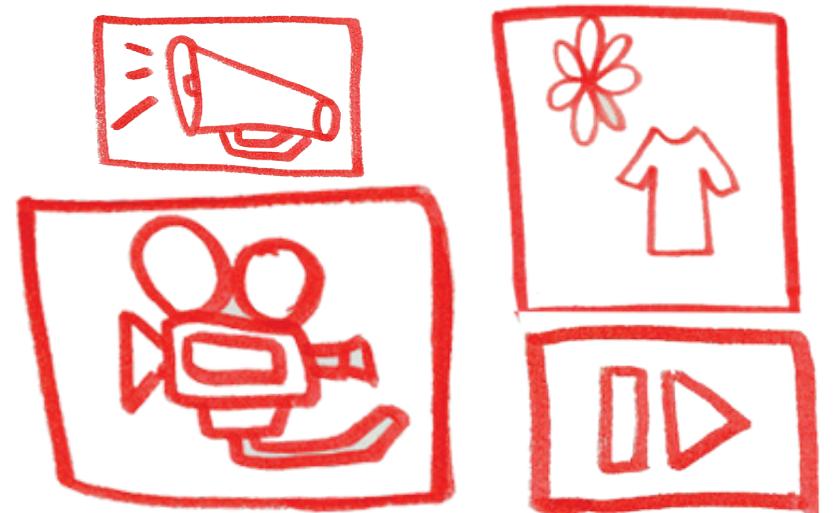
Conclusion

Cette technique inspire pour les projets à venir. Le jersey peut être récupéré à partir de t-shirts usagés, leur offrant ainsi une nouvelle fonction. Cela apportera une dimension sentimentale à la création d'un objet unique, tout en permettant d'apprendre une technique artisanale.





ATELIER OUTILLÉ



Objectifs

L'objectif de cet atelier, dans le cadre de ma recherche-projet, était d'explorer le rapport des adolescents aux vêtements. Que signifie pour eux le fait de s'habiller ? Quels aspects de cette action sont importants pour eux ? Sont-ils déjà sensibilisés aux enjeux environnementaux et sociétaux ?

Posture de designer

Je souhaite collecter des données personnelles auprès des adolescents. Je veux qu'ils se sentent suffisamment à l'aise pour partager les informations qui m'intéressent. Pour cela, j'adopte une posture en retrait. Je leur propose de s'exprimer face à une caméra, où ils peuvent lire eux-mêmes les questions. Cela leur permet de conserver une totale autonomie dans le choix des questions (répondre ou non), leurs réponses (ne cherchant pas l'approbation d'une autre personne), et leur manière de s'exprimer.

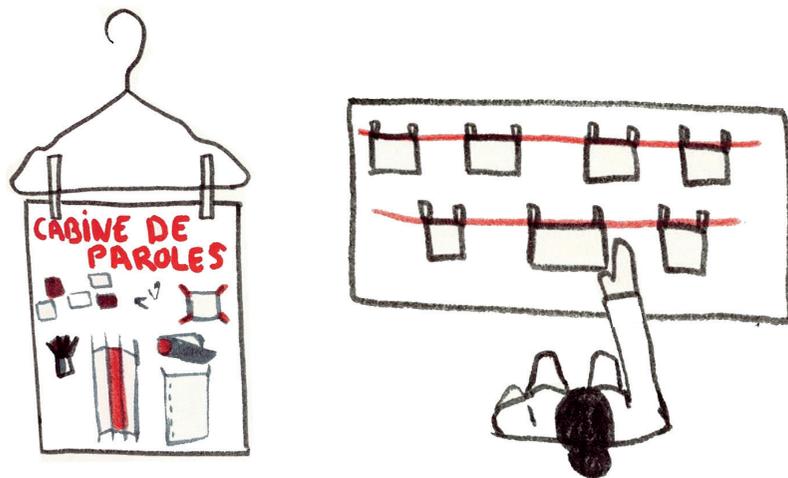
Je privilégie une approche empathique pour les adolescents qui se questionnent sur l'atelier. Je suis dans la zone slogan et éclaire les jeunes sur les slogans. Je reste en dehors de la zone "caméra", disponible pour répondre à leurs questions concernant l'atelier ou ma présence. En revanche, je n'évoque jamais le sujet précis de mon mémoire, qui porte sur le gaspillage, afin de ne pas influencer leurs réponses.

Matériel

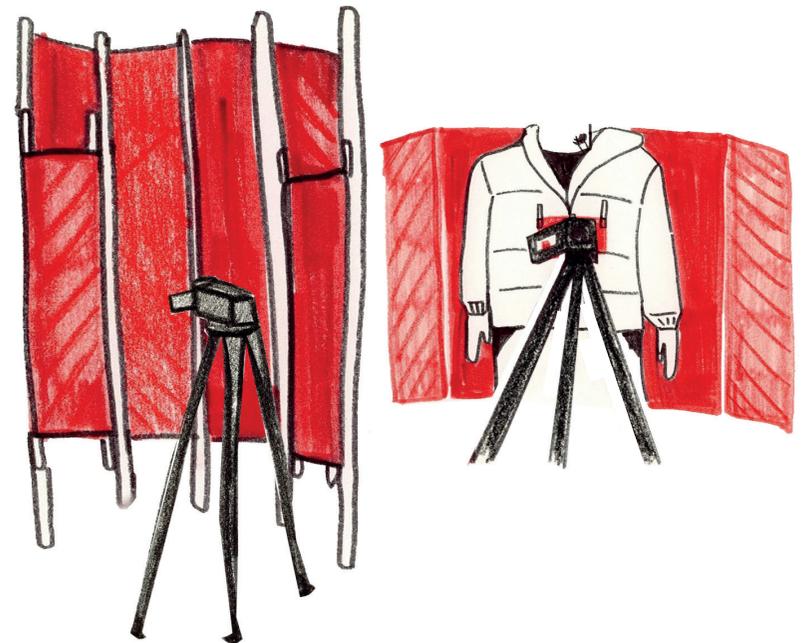


Scénario d'usage

Zone « slogan »



Zone « caméra »



Test 1

Ce test se déroule le mardi 10 décembre 2024, de 18 h 30 à 21 h, au Centre socio-culturel de Koenigshoffen PARENchantment. PARENchantment m'a permis de réaliser 2 semaines de stage en été, j'ai déjà rencontré le public à cette occasion. Le mardi soir, les élèves de 13 à 16 ans viennent au centre faire leurs devoirs. C'est dans ce contexte-là que se déroule mon atelier.



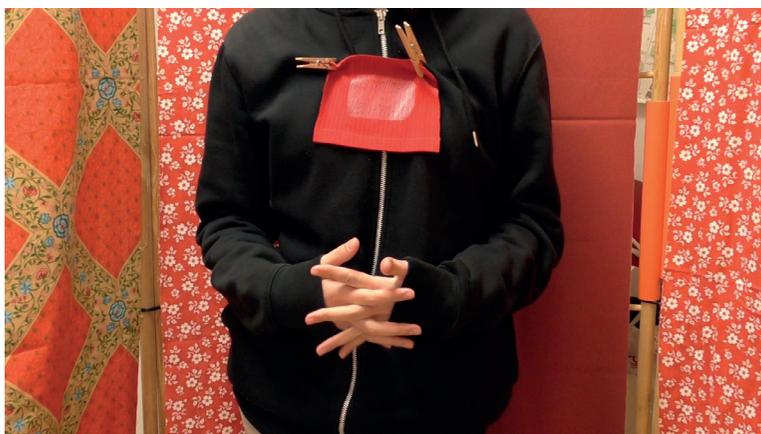
« Je préfère être dans le confort plutôt que dans le visuel. »

« On est dans une société où quand tu enchaînes les mêmes vêtements t'es pauvre et tu pues ect ect. »



« Je trouve que mes sentiments ils comptent dans ma tenue, par exemple quand je suis fatiguée je mettrais plus des jogging ou quand je serais heureuse je mettrais des vêtements où je me sens belle. »

« J'ai pas de préférence par rapport pour le pays de production. »



« Ça dépend de la situation financière de mes parents et si j'ai des sous de côté. »

« J'ai pas envie d'acheter un jeans à 300 euros alors que je peux le trouver autre part pour beaucoup moins cher. »





« [j'achète un nouveau vêtement] parce qu'il est en tendance, je peut voir sur les autres personnes quelque qui me plaît et je peux l'acheter mais comme je l'ai dit avant je reste différente des autres, enfin je vais pas les copier »

« [le slogan] il me parle parce qu'il y a plein de gens qui n'acceptent pas les amitiés à cause de vos vêtements. Par exemple ils vont dire que vu que c'est pas de la marque bah il est pauvre. »

Analyse

Lorsque les jeunes parlent, il y a une légère différence avec ce qu'ils ont choisi. Par exemple, certains trouvent que le slogan du confort leur correspond le plus mais parlent du fait que l'association des couleurs est importante dans le final de leur tenue. Finalement, le visuel de leur vêtement et de leur tenue leur permet d'être confortable ou non. Ensuite le rapport à l'argent est souvent revenu. Leur parent étant leur moyen de paiement, les jeunes ont besoin de l'approbation afin d'acheter. De plus, le pays de production et l'état des travailleurs n'est pas le sujet qui les intéressent.



Test 2

Ce second test s'est déroulé avec un groupe pré-ados (12/14 ans) de Wolfisheim pour une fête de Noël. La prise de contact et le rendez-vous est très rapide. La professeur d'IS envoie le contact, le mail sur le déroulé est envoyé, une discussion au téléphone s'engage et un rendez-vous est pris pour le lendemain afin de tester l'atelier. Les pré-ados viennent pour faire des desserts et pendant la cuisson ils testent l'atelier.





« [ce qui est le plus important quand je m'habille] En vrai plaire à mes amies. Je préfère plaire à mes amies que ne pas plaire et du coup qu'elles critiquent. »

« Quand on est au collège, je préféré être considéré comme les autres que comme moi. »

« [ce qui est le plus important quand je m'habille] que j'aime ma tenue chaque matin »

« [ce qui est le plus important quand je m'habille] c'est pas forcément la beauté, plus c'est confortable, plus tu te sens à l'aise et donc tu t'en fou de ce que les autres ils pensent »

« J'achète que 1 fois par mois sinon c'est trop, mes parents ne vont pas vouloir. »

Analyse

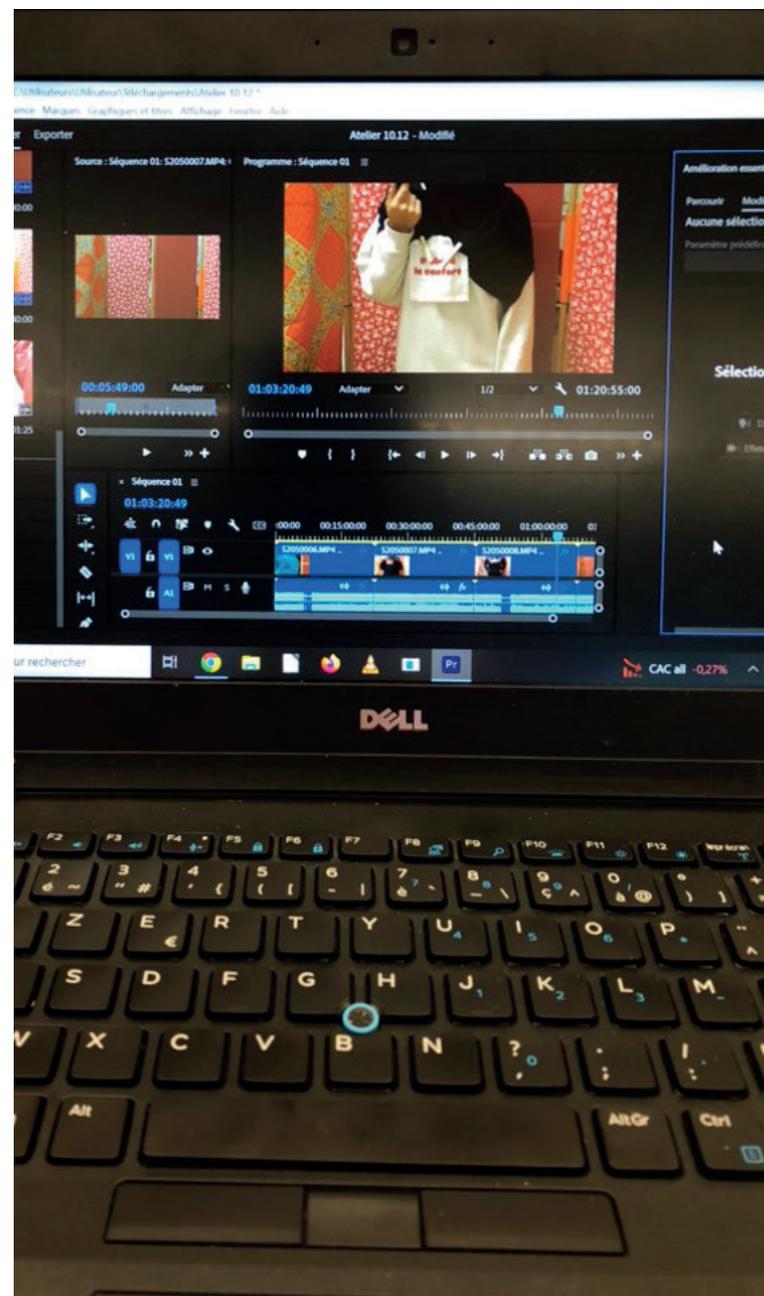
Le test 2 révèle que les pré-ado accordent une grande importance au confort, mais aussi à l'acceptation par leurs pairs. Des participants ont exprimé le désir d'aimer leur tenue chaque matin, mettant en avant l'importance de l'expression personnelle à travers les vêtements. En effet, le style personnel et l'harmonie des couleurs jouent également un rôle dans leurs choix vestimentaires. Enfin, ils ne sont pas préoccupés par le pays de production, tout comme le groupe du test.

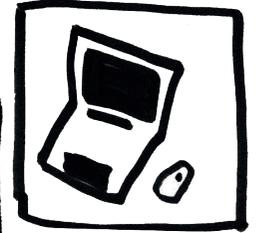
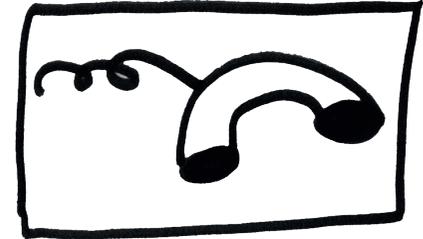
Conclusion

Le confort constitue une priorité pour les deux groupes, tout comme le prix, qui joue un rôle clé dans le choix des vêtements. En revanche, l'origine du pays de production n'est pas une préoccupation majeure pour eux. L'influence des pairs est particulièrement marquée chez les pré-ado du test 2, tandis que les adolescents du test 1 se concentrent davantage sur leur bien-être et leur style personnel, bien qu'ils soient également sensibles aux tendances et à l'originalité.

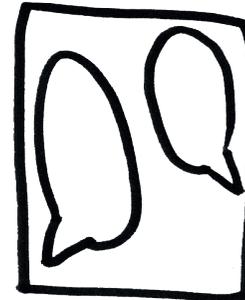
En conclusion, les deux tests confirment que le confort est un critère essentiel pour les jeunes. Cependant, les pré-adolescents semblent davantage influencés par leurs pairs, alors que les adolescents privilégient leur style personnel et leurs ressentis. Si le prix reste important pour les deux groupes, l'esthétique semble occuper une place plus significative chez les adolescents, tandis que les pré-adolescents accordent une priorité au confort. L'origine des vêtements, en revanche, reste un critère secondaire pour tous.

Ce que l'atelier outillé m'a apporté est une meilleure compréhension des problématiques des adolescents. Avec ces informations je vais pouvoir orienter mon projet vers quelque chose de plutôt simple qui soit confortable tout en gardant un aspect visuel intéressant.





ENTRETIENS



Jihen-Alice Mbarki

Jihen-Alice Mbarki, entrepreneuse engagée et responsable. Elle dirige une entreprise spécialisée dans la vente de tissus et articles de mercerie recyclés à Strasbourg. Ancienne maître de stage chez Autour du Tissu, son expertise, son dynamisme et son approche inspirante du travail ont marqué mon apprentissage. Cette entretien sociologique s'est déroulé en présentiel, après près de 3 semaines de stage. Alors avec Jihen nous nous connaissons déjà bien.

Comment valorises-tu le tissu que tu achètes ?

OK. Alors, tous les tissus que j'ai sont récupérés et rachetés puisque ce sont des tissus que je paye quand je les récupère. C'est très rare qu'il y ait des dons. Ça peut arriver ça. Enfin, voilà. Mais au départ, c'était de l'achat. Le plus souvent. Euh alors, on a deux canaux de distribution. Donc, on a principalement les couturières qui arrêtent leur activité, ou là j'avais un monsieur qui faisait des selles de chevaux qui arrêtait son activité. Donc c'est principalement en général pour cause de maladie ou de fermeture de la société. Donc là, on récupère tout le lot. Et après, on a un canal qui est les mamies qui veulent vider leurs placards, qui arrêtent la couture ou des gens qui arrêtent la couture qui ont des tissus dans leur placard, qui ne savent pas quoi en faire. Donc voilà et on a une petite partie aujourd'hui ça représente vraiment moins de 40 % de ce qui est du déstockage pur. C'est-à-dire que là c'est un déstockeur d'entreprise qui va avoir des tissus. Cela peut arriver qu'on en prenne quelques-uns chez nous.

L'idée alors déjà c'est pour que ce soit pratique, vu que je suis toute seule dans la société, c'est de commencer par tout couper. Donc là, on a défini plusieurs lots, on les a découpés en coupon pour qu'on puisse avoir des coupons qui soient spécifiques par usage. Donc typiquement un tissu qui va servir pour une robe, on va couper 3 m, un tissu pour un pantalon 2,50 ect. Après on a des échantillons qu'on reçoit et des chutes. Et donc là l'idée c'est trouver des nouvelles applications, ce qu'on va pouvoir proposer là les kits couture pour fin d'année et si ça marche on continuera à les développer. Donc des kits couture zéro déchets à partir d'échantillons et de chutes après montrer aussi on essaie de montrer ce qu'on peut faire avec ce tissu. Voilà. Et on récupère aussi des défauts de coupe, on a des fourchiki qui sont pas sur des bons formats et du coup qui devrait être jeté alors que c'est du coton bio. On a des turbulettes qui sont des panneaux coupés en forme de turbulette qui ont un défaut et donc qui ne peuvent pas être réutilisés en tant que tel. Donc on va faire de l'upcycling, on va rechercher des des nouvelles applications.

Quelles sont les problématiques sur le réemploi en France ?

Alors, la principale problématique que je vois, c'est que aujourd'hui la mode circulaire n'est absolument pas valorisée. On continue à encourager la Fast Fashion et du coup, bah c'est très difficile d'être visible. Il existe pas d'aide ou alors peu d'aide, on va dire sur la partie réemploi textile. Pas d'aide sur la partie matière première, donc tout ce qui est stock, dormant et cetera puisque c'est considéré comme étant négligeable par rapport au vêtements aujourd'hui. On a la première problématique c'est le soutien de tout ce qui est politique, gouvernement, engagement au niveau justement des des actions sur tout ce qui est mode circulaire et de façon éthique en allant voir vraiment ce qui se fait dans les entreprises parce que aussi il y a énormément de greenwashing sur des entreprises qui se disent valorisantes alors que voilà, c'est pas toujours le cas.

Quelle est ta façon de sensibiliser les gens sur le gaspillage textile ?

Pour sensibiliser, je pense qu'il y a deux choses. Il y a premièrement le fait d'en parler déjà chaque fois qu'on va voir quelqu'un. Expliquer ce qu'on fait, c'est pas toujours simple mais expliquer les volumes aussi que les gens se rendent compte du gaspillage textile qui est juste énorme chaque jour euh et de ben la réalité aujourd'hui de où vont les textiles qui sont jetés en Europe. Euh ensuite ma façon, bah c'est peut-être de façon ludique et pédagogique, on va dire, par des ateliers, par le fait de montrer aux gens justement ce qu'on peut faire des chutes, ce qu'on peut faire de choses qui étaient destinées à être jeté à la poubelle pour leur donner envie aussi bah de faire pareil à la maison he en leur facilitant et en leur proposant bah des des applications toutes simples et deux bah peut-être par des tutos et par la suite on verra si c'est possible par des conférences ou des animations qui permettent vraiment de sensibiliser. Donc ça c'est au niveau B2C. Après au niveau B2B, bah clairement faire des séminaires RSE dans les entreprises qui sensibilisent au gaspillage textile, ce serait bien parfois nécessaire et pouvoir animer animer expliquer aux gens bah c'est quoi les conséquences. "OK euh je vais acheter des vêtements, c'est quoi les conséquences ? Je vais jeter des vêtements, c'est quoi les conséquences ?" Donc voilà, et puis montrer aussi à tout le monde que la couture c'est accessible en fait à tout le monde. C'est pas compliqué et il y a des solutions qui existent un peu partout pour vous mettre à disposition des machines si vous n'en avez pas.

Si tu réfléchissais à une possibilité de sensibiliser, sans de budget ni contrainte, ça serait quoi ton astuce qui sensibiliserait le maximum de personnes ?

Ah bah moi, je pense que je prendrai les mêmes budgets que ce qu'utilise la Fast Fashion pour inonder le marché d'information sur la réalité de ce qui se passe aujourd'hui. Déjà, informer les gens euh voilà que qu'ait une information partout. De façon indépendante aussi. Euh

et deuxièmement, bah faire des TEDEX, des grandes conférences où il y a plein de monde pour vraiment montrer ce que c'est que le gaspillage textile aujourd'hui et faire des reportages là où vont nos déchets pour que les gens se rendent compte. Emmener les gens, leur faire des visites, des stages nature sur les déchets "voilà ce que vous jetez." "voilà où ça va."

Quelle est pour toi la cible la plus difficile à sensibiliser et pourquoi ?

J'hésite entre les jeunes qui sont à fond sur la Fast fashion et qui mangent du contenu tous les jours, mais pour qui il y a tellement de filters et de biais qui font qu'ils ne comprennent pas. Ça c'est une cible qui est difficile parce qu'aujourd'hui il y a tellement de messages qui sont envoyés tous les jours par l'Ultra Fast Fashion pour dire que «c'est bien l'Ultra fast fashion» que c'est difficile de déconstruire ces images qu'ils ont aujourd'hui. Même si demain aujourd'hui ce qu'on retrouve dans les bennes textiles, c'est des vêtements de qualité. Demain, ce sera que de la Ultra fast Fashion, ce sera beaucoup plus compliqué à revaloriser.

Et la deuxième cible hyper difficile, c'est toutes les marques en fait toutes les marques de mode qui aujourd'hui ont du mal à comprendre qu'il y a un intérêt pour eux de comment dire bah de dire en fait ce qui font parce qu'il y a beaucoup de marques qui valorisent ou qui ne jettent pas et sauf que il faut jamais en parler, c'est toujours caché et ça je trouve ça hyper dommage parce qu'en fait ce serait un super levier pour les marques bah de montrer alors je sais pas si c'est je sûrement qu'il y a du lobby derrière mais une marque aurait le courage de dire "bah voilà moi je revalorise, je fais ça et j'ai pas honte de le dire et vous pouvez dire que ce sont mes tissus qu'on vous donne", ce serait super.

On est bon pour moi. Est-ce que tu as quelque chose à ajouter ?

Il faut penser au réemploi avant de racheter du neuf.

Virginie Guélin

Dès le 1er jour de mon stage avec Jihen et quelques échanges, elle me propose de lire *Sur mesure*. Le tableau de bord du femme qui a arrêté d'acheter des vêtements. Suite à ce livre, je décide de contacter l'autrice et de lui poser quelques questions. L'entretien a donc été en visioconférence. Au début de l'entretien, avec Virginie Guélin, nous nous présentons, cette partie n'a pas été gardée dans la retranscription.

Je suis entrepreneure. Je me définis comme slasheuse, c'est-à-dire qu'en fait, je cumule plusieurs métiers, plusieurs casquettes. Mais ils tournent tous autour d'une même thématique, autour d'un fil conducteur qui est la créativité avec une touche de, j'ai appelé ça green and slow. C'est un peu la version raisonnée du rock and roll. Parce que c'est des choses qui me touchent et qui sont importantes pour moi. Donc j'ai commencé comme artisane il y a 14 ans avec la création de bijoux. Au départ, je faisais ça en parallèle d'un emploi salarié. J'ai un diplôme d'architecte. Et au bout de deux ans, je me suis consacrée à ça et à mes filles aussi. Parce qu'elles étaient petites et qu'elles voyaient plus leurs nounous que leurs parents. Donc ça ne me contenait pas. Et je pense que c'est un peu l'évolution de mon métier d'artisan qui m'a poussée un peu à des réflexions sur le côté environnemental. Tout ça en plus des réflexions que j'avais déjà dans mon travail en bâtiment.

Parce qu'au départ, je faisais un peu au gré de l'inspiration. Et après, comme je couds depuis 22 ans, j'avais beaucoup de chutes de tissus. Et j'ai commencé à utiliser ces chutes

de tissus dans la création de bijoux pour les revaloriser et éviter de les mettre à la poubelle. Donc je travaille encore avec des boutons que je recouvre de tissus et que j'exploite dans la création de bijoux. J'ai une autre casquette qui est une casquette de création de contenu sur les réseaux sociaux, sur un blog. J'avais une chaîne YouTube que je n'alimente plus parce que la vidéo, ce n'est pas le côté dans lequel je suis le plus à l'aise. Et aussi une newsletter que j'envoie tous les dimanches qui est plus des partages, un peu des biais d'humeur sur tout ce que je partage sur les autres médias. Que ce soit la mode raisonnée, forcément toujours. Je ne parle pas de fast fashion, tout ça. Sur la créativité, sur la couture, l'entrepreneuriat, tout ça. Je fais aussi de l'accompagnement sur les réseaux sociaux et sur Pinterest un peu plus en particulier. Et j'ai aussi une casquette d'autrice parce que j'écris le livre *Sur mesure* qui retrace mon expérience de couturière. Et j'ai aussi écrit deux romans, c'est les autres livres. Forcément, mes héroïnes ont aussi un peu ce côté écolo sur les bords, on va dire. Du côté un peu engagé.

En 2015, vous décidez de ne plus acheter de vêtements. Quelle a été pour toi la plus grande difficulté dans ce parcours ?

Au départ, c'est parti d'un constat. J'avais besoin d'un jean. Et j'avais galéré à trouver un modèle qui me convenait et qui correspondait à ma morphologie finalement. Et en fait, j'en avais un peu marre de tout ça, de voir, de rentrer un peu déprimée des séances de shopping. Parce qu'aujourd'hui, avec le prêt-à-porter, on nous donne l'impression que c'est à nous de nous adapter aux vêtements alors que c'est tout le contraire finalement. Que si on rentre pas dans les stéréotypes, dans les cases, tout ça, c'est compliqué. Et donc, je m'étais lancée un peu à ce défi de voir ce que ça changerait si je cousais tous mes vêtements pendant un an. Avec ce côté où j'avais voulu aussi changer mes habitudes de consommation. Je trouve que ça

rentrait bien dans l'idée. Et au départ, je me suis lancée pour un an seulement pour voir si j'en étais capable déjà. Qu'est-ce que ça changeait pour moi ? Et finalement, au bout d'un an, j'ai décidé de continuer parce que c'était pas aussi compliqué que ça. Et j'ai jamais ressenti le manque d'aller faire les magasins même pendant les soldes, même avec tous les mails qu'on reçoit. J'ai jamais senti ce manque parce que finalement, le côté déprimant du retour de shopping me manquait pas du tout.

Et ce qui a été un peu plus compliqué, c'est en fait l'anticipation. Parce que acheter un t-shirt, ça prend beaucoup moins de temps que de le coudre. J'ai perdu le fil. On parlait de ce qui était compliqué. Il y avait l'anticipation et je voulais dire autre chose. De ne plus faire passer l'envie avant le besoin. Parce que quand on décide de coudre tous ses vêtements, au départ, on coud ce dont on a envie. Si on a envie de coudre 5 robes du soir, on coud 5 robes du soir. Quand on décide de ne plus acheter ses vêtements et de les coudre, quand on a besoin d'un pantalon, on n'a pas besoin d'une robe du soir. Et ça a aussi nourri ma réflexion sur la garde-robe.

Comme tu l'as dit juste avant, tu dis aussi dans ton livre, coudre une blouse nécessite plus de temps que de l'acheter prêt-à-porter. Alors comment tu encouragerais ? Quelles astuces tu pourrais donner à ceux qui ont très peu de temps de coudre et qui n'ont peut-être pas les capacités et qui sont vraiment très débutants ?

Je ne sais plus si je le dis dans le livre, mais je l'ai déjà dit. Je le dis souvent dans les échanges que je peux avoir avec les gens. On me demande souvent comment tu as fait pour te lancer. J'aimerais faire pareil, mais je débute. En fait, il faut y aller par palier. Moi, quand j'ai commencé, ça faisait 12 ou 13 ans que je cousais. J'avais déjà testé, j'avais déjà essayé, je savais ce dont j'étais capable. Et je n'avais pas ce côté peur technique entre guillemets. Et

ce que je conseille aux gens, c'est d'y aller par palier. De peut-être se dire, je vais coudre tous mes hauts, je vais coudre mes robes, ou alors je vais coudre un vêtement sur deux ou un sur trois. Pour ne pas non plus se dégoûter entre guillemets, parce qu'il faut quand même que ça reste une passion. Il faut arriver à trouver le juste milieu. Et puis le but, ce n'est pas forcément d'être parfaite, parce que parfait, on ne le sera jamais. C'est juste de faire mieux et d'être conscient de ce qu'on peut changer et de comment on peut progresser aussi.

Dans ton livre aussi, tu cites la source de l'ADEME en disant qu'on achète 40% de vêtements de plus qu'il y a 15 ans. Et pour toi, quelle serait une des solutions de ralentissement d'achat et quel public serait le plus en difficulté dans ce ralentissement d'achat ?

Alors moi, je crois concieusement aujourd'hui qu'on est trop influencés par les réseaux sociaux, par les médias encore, par tout finalement, par les gens autour de nous. Je ne crois pas qu'on ait besoin de tout ce qu'on achète, parce qu'il y a des études qui ont démontré qu'on ne portait que 30% du contenu de notre garde-robe. C'est une moyenne. Moi, j'ai fait mon calcul personnel, je suis presque à 90%, parce que j'ai des tenues un peu plus exceptionnelles que je ne vais pas porter tous les jours. Mais en fait, je pense que le secret aussi, c'est de bien se connaître, de savoir ce qui nous plaît, ce qui nous va, les vêtements dans lesquels on se sent bien, ce dont on a besoin, et de construire la garde-robe de sa vie, pas dans le côté rêve, mais le côté qui correspond à ce qu'on fait tous les jours. Je prends toujours cet exemple de robe du soir, mais moi, quand je vais travailler à l'atelier, je n'en ai pas besoin. Une ou deux, ça va, mais les cinq ou six, ce n'est pas utile. Et je pense que c'est plus réfléchir en amont, finalement, à ce dont on a besoin, pour éviter les achats un peu compulsifs de choses qui, finalement, vont se

retrouver au fond du placard. Je l'ai fait aussi, c'est aussi pour ça que j'ai cette analyse de période de soldes où on dit « À ce prix-là, je ne peux pas rater l'occasion ». Et finalement, ça tiraille un peu, c'est un peu trop petit, c'est un peu trop grand, on n'a pas raté l'occasion, mais on ne le porte pas. Donc, voilà, il y a aussi la solution de la seconde main, même si je trouve qu'il y a aussi des dérives, j'en parle aussi dans les livres, sur les sites de seconde main qui profitent aussi de techniques marketing pour, finalement, encourager les gens à reproduire ce qu'ils ne font plus dans le côté fast fashion. Donc, voilà, c'est trouver un équilibre, en fait. Et je ne pense pas qu'il y ait de catégorie qui ait plus, entre guillemets, de travail à faire de ce côté-là que d'autre, c'est un peu à tout le monde à se questionner et s'interroger. Après, tout le monde n'est pas prêt à le faire, tout le monde n'est pas prêt à se lancer d'un coup, mais je crois que le cheminement, en fait, est important et que le changement ne peut pas se faire en un claquement de doigts. Mon exemple n'est pas forcément le meilleur, parce que moi, je suis un peu comme ça, c'est mon caractère. Je décide, j'y vais, j'essaye. Parfois, ça marche. Parfois, je reviens en arrière. Mais là, ça a marché, donc j'ai continué.

Comment tu toucherais les jeunes à la mode jetable et à l'achat en ligne, donc l'achat qui est de l'autre bout de la planète ? Comment tu toucherais ces personnes-là en ligne ?

Je suis une maman de deux adolescentes, presque jeunes femmes. J'ai fait quelque chose que je n'aime pas. Je leur ai interdit certaines choses. J'ai posé mon veto sur l'achat d'ultra fast fashion. Pour moi, il y a la fast fashion qui est déjà compliquée environnementalement et humainement. Mais il y a aussi l'ultra fast fashion où c'est encore un mille crans au-dessus, parce que c'est puissance mille. C'est des collections, un nombre de nouveautés indécent qui sortent tous les jours.

Il y a cette donnée qui est sortie il n'y a pas longtemps. La Poste a révélé qu'il y a 22% des colis qu'ils livrent tous les jours qui viennent de Chine et Thaïlande. 22% c'est énorme. Je ne sais pas comment sensibiliser les gens par rapport à ça. Je trouve qu'il y a un réel décalage entre ce que les gens disent en sondage et leur mode de consommation. Après, ça dépend aussi certainement comment la question est posée. Mais dans les sondages, les gens se disent concernés par l'écologie, l'environnement. Quand on voit qu'il y a 22% des colis qui viennent de ces plateformes-là, il y a un réel décalage. Je n'ai pas vraiment de réponse à la question. C'est important d'en parler. C'est important aussi de vulgariser la façon dont on le dit. J'essaie de partager des choses sur les réseaux sociaux, même si ma cible est d'épuisager. Notamment sur la réalité de ce qui se cache derrière ces modes de production. Parce qu'on a beau fermer les yeux et dire que ça n'existe plus, il y a quand même du travail dissimulé d'enfants. Il y a quand même des gens qui bossent sept jours sur sept, qui dorment dans des usines parce qu'ils n'ont pas le choix. Il y a aussi le travail des huis courts. J'ai une anecdote il n'y a pas longtemps. J'ai une copine qui a partagé une vidéo où on voit des enfants qui travaillent dans une usine. Et elle a eu des gens qui lui ont dit qu'elle était culpabilisante. Mais en fait c'est juste une réalité. Et aujourd'hui, tout le monde ne sait pas à quoi, mais il y a d'autres solutions. Une des premières, c'est d'acheter moins. Parce qu'on n'est pas obligé d'avoir des placards qui débordent. Il y a aussi la seconde main, si elle est faite correctement. Parce qu'il y a aussi des dérives là-dessus. C'est des sujets sur lesquels je peux parler longtemps. Avec cette possibilité de dire la seconde main. Comme on nous dit que la seconde main c'est bien, on se dit que ce n'est pas grave si je ne le mets pas, je le vends sur une dette. Pour moi, ce n'est pas une solution valable. Il faut s'interroger en amont. Si on est vraiment concerné, si on

s'en fiche, on prend ses responsabilités, on agit comme on pense que c'est bon. Parce que je ne suis personne pour juger non plus. Mais si on se dit concerné, il faut aussi être en accord avec ce qu'on affirme.

Pour toi, quels sont les freins et les leviers à la sensibilisation au gaspillage textile ?

Les communications. Je trouve intéressant cette émergence du côté décroissance sur les réseaux sociaux. Parce qu'il y a des comptes qui spécialisent un peu dans tout ça. C'est des choses en lesquelles je crois énormément. Après, ce n'est pas forcément sur le côté achat textile ou de vêtements. On peut prendre le problème par ailleurs, par le loisir ou par le loisir pour amener les gens à réfléchir après, à ouvrir leurs réflexions sur les vêtements. Par exemple, moi sur Instagram, je fais des animations en vidéo sur les lectures que je fais. J'ai besoin de d'accessoires, mais je me refuse d'acheter pour faire une vidéo, une photo pour Instagram parce que je l'utiliserai une fois et ce n'est pas utile. Après, ce sont des choses que je répète souvent et qui peuvent se transposer. Ça fait son chemin dans l'esprit des gens. Ils peuvent se dire aussi que si c'est vrai pour ça, c'est vrai pour le reste. Après, les freins, je pense qu'il y en a beaucoup qui sont dus à des croyances un peu limitantes. Il y a le budget aussi qui a un frein. Les gens, même si la seconde main se démocratise un peu, il y a toujours ce côté « c'est des gens qui ont déjà porté avant, ce n'est pas neuf ». Sauf qu'on oublie que les trucs, on ne sait pas trop où ils ont traîné sur leur voyage entre le moment où ils ont été produits et où ils arrivent. La seconde main, c'est parfois plus propre, même si ça ne se voit pas parce qu'il y a des matières chimiques qui sont ancrées au vêtement. On ne peut pas se débarrasser comme ça.

Et comme pensée limitante, tu faisais référence à quoi par exemple ?

Il y a des pensées limitantes sur cette histoire de seconde main. Après, ce n'est pas vrai pour tout le monde. Il y a des gens pour qui un sou est un sou et qui ne vont pas dépenser tout leur argent chez Primark, Chine ou Temu. Mais sur cette idée qu'avoir une garde-robe raisonnée, je ne parle pas. Tout dépend de quelle levée on actionne et comment on décide de mettre en place.

Est-ce que tu as un petit point que tu aimerais me dire pour m'aider ou quelque chose que tu souhaiterais me dire par rapport à tout ce sujet-là ?

Je trouve ça super intéressant comme démarche, surtout sur le public visé. Parce que c'est vous qui pouvez changer les choses, même si tout le monde doit mettre la main à la pâte, si on peut sensibiliser le plus tôt possible. Après, ma génération aussi a son rôle à jouer. Les générations d'avant aussi. Même si aujourd'hui, je pense que c'est trop tard. Pour ma génération, qui a des enfants, c'est de les sensibiliser. J'essaie de sensibiliser mes filles. Je ne veux pas non plus leur interdire de les forcer à porter des sarouels. Je vais dans l'extrême inverse. Mais j'ai mis les limites. Je les ai citées avant sur ces marques d'ultra-fast fashion. Autrement, je ne leur interdis pas d'acheter en fast fashion parce qu'elles doivent aussi se faire leurs propres expériences. En revanche, j'essaie de leur dire qu'elles n'ont pas besoin d'avoir trois fois ce t-shirt. Une fois, ça va. On a une machine à laver et on peut laver. Je trouve ça super intéressant.

Caroline Kraemer

“Au service d’un monde décarboné”, Caroline Kraemer travaille à La Renouvelle, qui est une Ressourcerie Artistique et Culturelle, et gère les équipes. Elle développe des projets sur l’Eurométropole de Strasbourg. L’entretien s’est déroulé en visioconférence. Je n’avais jamais rencontré Caroline Kraemer avant notre appel.

Pouvez-vous vous présenter et présentez votre parcours avant La Renouvelle et ce que vous ce que vous faites à La Renouvelle?

Moi j’ai une formation de designer produit que j’ai fait dans une école qui à l’époque s’appelait l’école supérieure de design industriel, la CDI qui est devenue Créapol, je suis diplômée en produit, après j’ai plus travaillé à mon compte graphisme, c’était plus du support pédagogique que je faisais, donc il y a du graphisme, il y a un petit peu de volume quand même, l’air de rien. Il y a cinq ans je me suis reconvertie, je me suis intéressée à l’économie circulaire par motif écologique, par écoeurement la société d’aujourd’hui, donc c’était vraiment assez choisi, c’était nécessaire même pour ma santé on va dire, mentale. Donc voilà, je me suis formée avec notamment l’outil circulaire, j’ai été au démarrage de la fresque de l’économie circulaire, ce qui m’a permis de beaucoup travailler, d’approfondir les sujets, donc c’est comme ça que je n’ai pas voulu refaire d’études, j’avais déjà un bac +5 et je n’avais pas envie à mon âge de me reprendre, de me reperdre encore une année, donc j’ai joué la carte sur le terrain. Et puis il y a deux ans et demi, j’ai

intégré au mois de mars 2022 la Renouvelle qui était un projet tout juste émergent, mais qui faisait complètement sens. Je n’avais pas pensé que le réemploi m’aurait intéressée et en fait, par le réemploi, on arrive à la durabilité et donc très très haut dans la chaîne de valeur. Et ça, j’ai trouvé ça passionnant. Et du coup, je me suis lancée un petit peu à corps perdu dans ce projet qu’on développe, comme on dit, pas à pas. Et donc, je continue toujours mon activité de graphisme parce que là, je ne suis employée qu’à mi-temps et qu’il faut bien finir les fins de mois. Et puis, je fresque beaucoup. Enfin, je fais beaucoup d’ateliers de sensibilisation, même jusqu’au marketing durable, des choses comme ça dans des boîtes, des écoles comme l’ICN ou les IUT de la région.

Pour toi, quels sont les principaux axes d’action pour la sensibilisation ?

Alors, je pense que la notion du constat, elle est obligatoire, elle n’est vraiment pas marrante. Moi, je ne fresque pas le climat parce que je la trouve trop anxiogène. Mais en même temps, il faut reconnaître que si on ne va pas toucher le dans le dur, on ne sait pas pourquoi il faut changer. Après, quand on va chez des jeunes et qu’on leur fait même la fresque de l’économie circulaire où il y a une première heure de constat, il faut quand même l’encaisser. Mais j’aime bien ce genre d’outils ou encore aussi «inventons nos vies bas carbone» qui est un outil un peu similaire où il y a cette première phase de constat, mais derrière, on passe à l’action. Derrière, on montre que sur le terrain, il y a des gens qui font des choses. On montre que les accords de Paris aujourd’hui en France, il y a une stratégie nationale bas carbone. Il y a des choses qui se font. Oui, c’est long. Oui, c’est compliqué. Tout le monde n’est pas prêt à basculer, mais c’est en route. Et je trouve que c’est important. Et la deuxième chose aussi où j’aime beaucoup attirer l’attention, c’est que tous les métiers que vous apprenez, il ne faut pas dire que c’est foutu, le monde change, ça ne sert à rien d’étudier. Pas du tout. Toutes les études sont des compétences. Et toutes compétences, on en a besoin un jour ou l’autre.

Et dans ce nouveau monde qui se construit, vous en aurez besoin, c'est sûr. Donc, voilà.

Notamment quand on est dans du marketing, on espère bien expliquer que toutes ces compétences, ils ne sont pas obligés de les mettre au service de la consommation, mais ça peut être au service d'une idée. L'idée de la transition peut être marketée et que ça peut vraiment faire avancer les choses.

Pour vous, quelle est la plus grande problématique de la consommation ?

La consommation, que dire la consommation ? Moi, je viens d'une génération où la consommation, elle nous a presque été imposée. La qualité a beaucoup baissé. Et donc forcément, on a des fois dû consommer de manière obligatoire parce que quand un produit n'est pas de bonne qualité, qu'il a une forme d'obsolescence plus ou moins programmée, on est obligé de racheter régulièrement. Et moi, pour ma génération, on a vraiment vu la baisse de qualité. Je pense qu'au démarrage, on gardait les choses longtemps, et on entretenait, on réparait, on aimait ça. Et puis avec le temps, ça coûtait moins cher de racheter. Puis il y avait la notion de la mode qui s'est invitée, une mode un petit peu outrancière quand même, puisqu'elle est devenue beaucoup trop rapide. Et donc oui, à un moment, on change de couleur, on change de motif pour ne pas avoir l'air has-been, pour rester dans le temps.

Et après le comportement des gens qui consomment toujours plus. Je pense qu'on est tous d'accord pour dire qu'il y a une forme de frénésie. La conso appelle la conso. Et puis c'est vrai que quand ce n'est pas cher, on se dit que c'est super, j'en ai trois pour le prix de deux. Comme ça, j'en prends un de chaque couleur au lieu de choisir. Et puis en fait, on n'en fait rien quand même. C'est problématique parce que ça devient quelque chose de très émotionnel et donc de très immédiat. Toujours l'émotionnel, c'est immédiat. Et on est obligé de remonter dans le mental en disant « Attends, mais est-ce que j'en ai vraiment besoin ? Est-ce que c'est vraiment utile ? » Peut-être que tu connais

cette méthode BISOU, on l'appelle comme ça, c'est un acronyme.

En gros, c'est est-ce que j'en ai vraiment besoin ? Est-ce que c'est indispensable ? Est-ce que je n'en ai pas déjà un semblable ? D'où l'origine ? D'où est-ce qu'il vient ? Et puis est-ce que c'est vraiment utile ? Je peux l'avoir besoin. Ça peut être utile, mais est-ce que j'en ai vraiment besoin ? Je prends toujours l'exemple, une amie m'a offert une fois un espèce de taille crayon à beurre pour faire des jolis copeaux comme ça. Là, tu te dis « Oui, c'est utile, ça fait des jolis copeaux de beurre, mais est-ce que j'en ai vraiment besoin ? » Non, pas du tout, pour te faire la petite nuance. Cette petite méthode BISOU, j'aime bien souvent finir mes ateliers avec ça parce que c'est vrai que si on prend le temps de se poser au moins deux de ces questions, des cinq, tout de suite, on sort en fait de l'émotionnel. On se dit « Ah bah oui, mais non, j'en ai trois. Ah bah oui, ah puis d'ailleurs, je l'avais acheté en passé, je m'en suis pas asservie. » Ou bien « Ah oui, je voulais le réparer. » Le mental reprend le contrôle et on sort de cette espèce de frénésie marketing qui n'a aucun sens. Si j'ose dire.

J'ai pu voir qu'en 2022, vous avez fait du bénévolat chez Emmaüs. Avez-vous fait des constats de votre bénévolat là-bas avec les dons que vous avez pu recevoir ou les dons.

Avec le cadre de la renouveau, on est allé faire deux petits stages chez Emmaüs Mundo. Et là, le constat, c'était pour constater un petit peu comment ça fonctionnait. Et il y a une masse, mais une masse de choses qui arrivent au quotidien, qui est inimaginable. Des livres, aux meubles, en passant par les habits. Enfin, on n' imagine pas sur une ville comme Strasbourg. Et c'est qu'un Emmaüs, il y en a plusieurs. Et qu'il faut trier. Donc, il y a beaucoup de choses qui sont jetées alors qu'en soi, on pourrait peut-être réfléchir à faire des choses avec. Et ils réfléchissent beaucoup. Il ne faut pas croire. Ils essayent de trouver des manières de faire, mais il y a une masse beaucoup trop importante.

Quand vous avez animé des ateliers, qui était le public que vous avez pu rencontrer ?

Alors, c'est très variable. Je fais le grand public. Le grand public, c'est n'importe qui. Après, je l'ai fait en entreprise. Je l'ai fait en collège. Je l'ai fait en lycée. Je l'ai fait dans des écoles comme l'EM, l'ISTRA, les IUT, la lycéenne, l'école de la business school de Nancy à Paris. C'est très varié en fait, avec des variations. Des fois, je l'ai fait en vie bas carbone. D'autres, on fait la junior, de la fresque, l'économie circulaire. D'autres fois, c'est des ateliers qu'on invente. On déploie les concepts, mais un petit peu de manière plus personnelle. Je suis un bailleur social aussi. J'ai envie de dire tout le public.

Quelle était le public le plus dur à sensibiliser ?

Je ne sais pas s'il y avait un public comme ça qui était un peu plus compliqué ? Alors c'est jamais simple sur les débuts de lycée, bien sur les débuts de bac, enfin après post-bac. Je dirais même plus sur les post-bac, genre les premières années de DUT, choses comme ça.

Pourquoi ?

Parce que c'est dur à entendre je pense en fait. C'est un âge où on a le tout possible devant soi, on a envie d'y aller, on a envie de découvrir le monde. Et là je suis en train de dire des choses, même si j'essaie de mettre les formes, qui cassent un peu les rêves quelque part quand même. Ou qu'il faut retomber sur, ok il va falloir prendre en compte ça dans le choix. Même qu'on peut faire encore beaucoup de choses. Donc c'est un peu les 18 ans, 19 ans qui sont... Et puis après le public pas simple, c'est les gens de ma génération. Les 35-40 ans aussi, selon... enfin on va dire plus

de 40 en tout cas. Parce qu'il y a beaucoup d'habitudes qui ont été prises. «Moi j'aime voyager, et j'ai beaucoup travaillé dans ma vie, donc j'ai le droit à tous ces trucs qui reviennent.» Et à un moment c'est, ouais mais bon t'es pas tout seul quoi, il y a une génération derrière qui arrive, il y a des responsabilités à prendre. Et on se doit justement, parce qu'on en a bien profité, de freiner nos envies, parce qu'il y en a qui ne le feront jamais. Donc voilà. Mais en soi, aucun public n'est facile. Pour raconter des choses aussi complexes que ça, et aussi tristes. Franchement, je trouve toujours que c'est une responsabilité d'aller porter la mauvaise nouvelle. Enfin, c'est pas la mauvaise nouvelle, parce qu'on essaye de l'amener avec tout le champ des possibles, toute la créativité d'un monde à reconstruire. Moi je l'axe comme ça, pour que les gens aient envie. Mais en même temps, c'est quand même charger sur les épaules de toute une génération, il faut changer le monde. Allez-y. Mais il faut le prendre du bon côté, c'est que vous avez la chance de pouvoir le faire. Encore. Et que peut-être ça ne durera pas, parce que ça va peut-être se tendre. Et que dans un monde tendu, les changements sont peut-être moins faciles. Enfin, on les subit davantage en tout cas.

Et pour les ateliers comme ça, c'est les écoles qui vous contactent ? Ou c'est vous qui allez faire les démarches ?

Alors, j'ai la chance de ne faire aucune démarche, et que ça arrive comme ça. C'est parce que j'appartiens à une asso, enfin je fais partie d'une asso qui s'appelle Hop la Transition, sur Strasbourg. Et qui

gratise large, et qui après, moi je suis référente d'économie circulaire, donc automatiquement ça me revient. Après, c'est parce que je fais partie aussi de l'asso, de la fresque d'économie circulaire, et donc eux, ils me ramènent aussi des demandes. Après, c'est parce qu'une fois qu'on l'a fait une fois, en général on est rappelé, enfin ça peut arriver en tout cas.

Est-ce que vous ressentez quand même une volonté de l'éducation nationale de vouloir sensibiliser les jeunes sur ces questions-là ?

Alors, il y a les deux cas. Il y a ceux qui ont envie, et il y a ceux qui n'ont pas envie. Donc moi forcément, je vais là, chez les gens qui ont envie. Mais je sais que tous les lycées et collèges, comme moi je ne fais pas de démarchage, je ne reçois pas les noms. J'ai les offres qui arrivent.

Quels sont les retours que vous avez pu avoir tout au long de votre carrière sur les actions de sensibilisation que vous avez menées ? Donc, les retours positifs ou négatifs ? Est-ce que vous avez vu qu'il y a des gens qui sont revenus après vos ateliers pour vous en parler ?

Alors, écoute. Tu vois, j'ai fait un atelier lundi chez l'éco-conseil à l'INSA. Et hier, il y a une des personnes que j'ai animée qui est venue voir la ressourcerie. Donc, j'ai trouvé ça hyper chouette. Et pareil, c'était quand on a fait notre inauguration. Ouais, c'est ça. Le matin, j'avais participé à une formation sur l'économie circulaire où je devais présenter la renouveau. Et au CFNPT, tu sais, le centre national

de formation sur Strasbourg. Et en fait, pareil, il y a deux personnes qui sont venues le soir même à l'inauguration piquées par la curiosité. Et puis après, parfois, je ne reconnais pas la personne pour qui j'ai animé au CNNPT. J'avais fresqué sa maman qui est une élue dans la vallée de Terezersberg. Tu vois, comme quoi, des fois, il y a des trucs qu'il avait dit. Ah, c'était vachement intéressant, tu devrais la recontacter. Bon, il y a quand même des petites choses comme ça qui, on va dire, qui se tissent. Il y a des gens que j'ai fresqué au tout début et puis aujourd'hui, on fresque ensemble. Donc, voilà, on s'est un peu motivé. Après, je n'ai pas d'exemple. Si, on était allé à Chirmec au collège et je sais qu'on les a formés. Alors, on a fait la fresque avec les jeunes. On a formé les profs. L'année suivante, ils ont refait la fresque. Et ensuite, à la fin, ils ont organisé un repair café dans le collège pendant la fête de l'école. Donc, voilà. Quand tu as le retour deux ans après, tu fais « Ah, quand même, c'est chouette ».

Et au sein de la Renouveau, c'est quoi les actions de sensibilisation que vous faites avec vos matériaux de ressourcerie culturelle ?

Alors, écoute, chaque fois qu'on est sollicité par des écoles, comme ça l'avait été pour ta classe, on dit oui. On reçoit, on prend le temps toujours de recevoir les gens. Là, c'est pareil, je réponds à tes sollicitations parce que je considère que votre génération, si on ne prend pas le temps de faire ça avec vous, ça ne sert à rien. Donc, voilà. Moi, j'ai l'ambition de pouvoir aller faire un peu des fresques

dans le milieu culturel. Mais aujourd'hui, ce n'est pas très usuel. Alors, je n'ai pas appris parce que je suis tout le temps un peu pressée par le temps. Je n'ai pas encore pris le temps du démarchage. Mais j'aimerais vraiment pouvoir aller leur raconter: « Regardez pourquoi vous faites ça. Ok, c'est pour que vous ayez la matière moins chère. Mais c'est parce que d'abord, il faut en utiliser moins et la valoriser. » Il faut avoir un petit peu un discours qui donne idée. Après, quand les gens viennent à la Renouvelle, moi, je ne me cache jamais de mes convictions. C'est vrai que j'ai l'idée de faire un peu des posters sur l'économie circulaire, que je puisse accrocher comme ça. Juste pour que les gens, même quand ils sont tout seuls, puissent avoir des petites infos. Une fois de plus, peut-être qu'un jour, on prendra une stagiaire graphiste. Je lui ferai faire ça. C'est vrai.

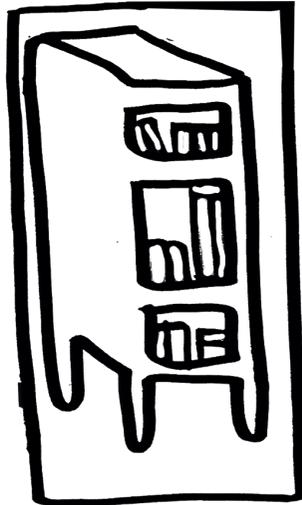
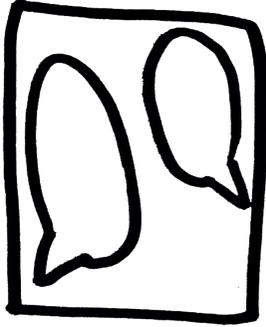
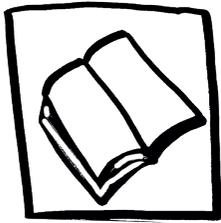
Ensuite, nous avons continué de parler, mais moins en rapport avec le sujet de discussion de départ alors je n'est pas gardé la fin de l'échange.

Analyse

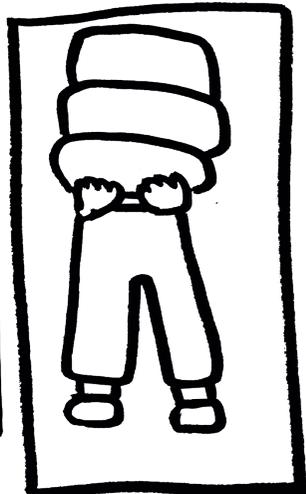
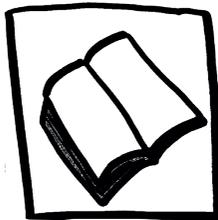
Ces entretiens mettent en lumière des problématiques liées à la fast fashion, les difficultés rencontrées dans la valorisation du réemploi, ainsi que les pistes d'action et les initiatives mises en place pour sensibiliser le public, notamment les jeunes.

Les entretiens révèlent un consensus sur l'urgence de changer nos modes de consommation et sur l'importance de sensibiliser le public au gaspillage textile. Bien que les obstacles soient nombreux (notamment la fast fashion, les pratiques commerciales et les habitudes de consommation), des pistes d'action et des initiatives encourageantes sont mises en place. L'éducation, la valorisation du réemploi, le soutien politique et l'engagement de chacun apparaissent comme essentiels pour construire un modèle plus durable et responsable.

En résumé, ces entretiens mettent en lumière les multiples facettes du problème de la surconsommation textile et proposent des pistes de réflexion et d'action pour une consommation plus responsable et durable.



BIBLIO- GRAPHIE



AMMAR, Gilbert, et Nathalie ROUX. « Délocalisation et nouveau modèle économique : le cas du secteur textile-habillement », *La Revue de l'Ires*, vol. 62, n° 3, p. 99-134.

Ceci n'est pas un Atlas, [s.l.], 2023, 230 p., <https://www.editionsducommun.org/products/ceci-nest-pas-un-atlas-orangotango-nephtys-zwer>.

DURAND, Emmanuelle. *L'envers des fripes - Les vêtements dans les plis de la mondialisation*, Premier Parallèle, [s.l.], 2024, 168 p. (Coll. « Carnets Paralleles »).

FINDELI, Alain, et VIAL, Stéphane. *Sciences du Design n° 9*, [s.l.], 2019, 84 p., <https://shs.cairn.info/revue-sciences-du-design-2019-1>.

GUÉLIN, Virginie. *Sur mesure, carnet de voyage à travers mon monde de la couture vers une mode plus raisonnée*, Bookelis, [s.l.], 2024, 164 p.

INSEE. "Les espaces du Nord-Pas-de-Calais : Diagnostic et dynamiques (Tome 1 - Manuels thématiques)", décembre 2014, 66 p.

KEUCHEYAN, Razmig. *Les besoins artificiels*, La Découverte, [s.l.], 2019, 208 p. (Coll. « Zones »).

MEYER-HILFIGER, Manon. « Fast fashion : comment en est-on arrivés là ? », dans *National Geographic*, 26 avril 2024, <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/fast-fashion->

[comment-en-est-on-arrives-la-mode-industrie-ethique-durable](#) (Page consultée le 6 juin 2024).

MOSSÉ, Aurélie, et Jean-François BASSEREAU. « Soft Matters : en quête d'une pratique plus résiliente du design textile et matière », *Sciences du Design*, vol. 9, n° 1, p. 50-63.

OUASSAK, Fatima. *Pour une écologie pirate*, La Découverte, [s.l.], 2023, 179 p.

SELIM, Monique, et Anne QUERRIEN. « Ouvrières au Bangladesh », *Multitudes*, vol. 55, n° 1, p. 15-19.

TERRAL, Sophie. "Les pratiques vestimentaires des jeunes, l'apparence au service de la sociabilité adolescente".

Merci

À mes professeurs Jean-Claude Gross,
Marie Slaghuis et Déborah Buteau, pour
votre encadrement et vos précieux conseils.

À mes sœurs, pour avoir su me changer
les idées tout au long de ces deux mois.

À mes parents, pour votre soutien
inconditionnel, même si vous ne comprenez
pas totalement ce que je fais. Je vous aime.

À mes camarades de classe, pour leur
présence et leur solidarité.

À mes tutrices de stage, Jihen-Alice Mbarki,
Aurélie Marzoc et Marie-Noëlle Dussol, merci
de m'avoir offert l'opportunité de travailler
à vos côtés.

Typographie : DIN

