

PAR CÉCILE POIGNANT

MANIFESTO FOR A CLEAN FASHION

#Capsule #GreenWashing
Créer une capsule de mode durable relève de la facilité. Si le besoin de la démarche écologique était réel, les marques entreprendraient des actions sur l'ensemble de leur production. Ce qui est compliqué parce que cela exige de s'impliquer autrement. Les capsules de mode durable font plus de mal que de bien, car nous avons l'impression qu'elles font du greenwashing : que les marques refusent de réfléchir en profondeur.

#PenséeComplexe
Pendant longtemps, nous avons nié la complexité du monde¹ pour arriver à faire passer un message farouchement binaire et simple : "C'est le progrès, c'est la technologie. Le progrès va amener une meilleure qualité de vie pour tous." Nous entendons un discours très manichéen : c'est bien ou c'est mal, c'est clean ou pas clean. Or c'est plus compliqué et nuancé. Le sujet de l'écologie est compliqué car, dès que vous mettez un doigt dedans, la réponse intuitive à un problème ne s'avèrera peut-être pas la bonne. C'est une structure complexe à démonter progressivement. Mais nous ne sommes pas habitués à penser ainsi parce que nous n'avons pas été élevés avec une pensée critique. On entend dire que l'industrie textile est la deuxième industrie la plus polluante du monde. On se rend compte que ce n'est pas si sûr : quelqu'un l'a dit, cela fut repris par tel media ou magazine pour devenir un fait acquis pour beaucoup. Or toutes les industries sont polluantes. Le fait d'avoir souhaité et produit des choses dans des quantités colossales, là réside le problème.

¹ - La pensée complexe est un concept philosophique introduit par Edgar Morin.

Aujourd'hui, les gens n'ont pas besoin d'acquérir des choses, mais davantage d'espace dans leur tête et leur vie. En témoigne le succès du livre de Marie Kondo sur sa méthode KonMari consacrée au tri et au rangement chez soi. Nous éprouvons un sentiment de saturation. Nous sommes passés de l'achat du vêtement dont on pouvait avoir besoin ou qu'on désirait réellement à l'achat du vêtement parce qu'il attire l'attention.

#FastFashion #Saturation
Et l'on achète un énième T-Shirt ou pantalon inutile. Nous sommes pris dans le système du renouvellement incessant de notre garde-robe dont on ne porte pas 70% des pièces.

#FastFashion
La fast fashion cristallise un nœud de problèmes : production à bas prix par l'exploitation de sous-traitants ; tissus, couture et surfiles de mauvaise qualité ; le tout au service du projet entrepreneurial de présenter un produit à la mode, destiné à ne plus l'être dans six mois. Donc socialement, techniquement et éthiquement, ces produits ne sont pas justifiables. Le vêtement se retrouve marqué d'une date de péremption extrêmement courte, comme s'il était un produit ultra frais. Le vêtement n'est pas censé porter en lui cette date de péremption.

#Vêtement #Style
Nous avons oublié le vêtement et le style. Nous ne nous sommes intéressés qu'à la mode, celle qui se démode. Un vêtement qu'il est possible de garder longtemps peut être accessoirisé, transformé, adapté et porté différent. Nous pouvons lui donner un autre style, et donc rallonger sa durée de vie.

#Luxe #ItBag L'écologie et la notion de durabilité font partie des valeurs fondamentales du luxe : des produits bien conçus, faits pour durer, relativement indémodables et intemporels. Mais le luxe s'est mis à adopter les codes de la mode et de ce qui est démodable. Il aura besoin de se recentrer sur ses valeurs de fond, et arrêter, par exemple, de proposer des It Bags.

#Politique #RaisonD'être S'intéresser à la durabilité amène fatalement à se poser des questions politiques : est-ce que le capitalisme tel qu'il a été mis en place peut perdurer sous sa forme actuelle ? Faut-il faire évoluer ce capitalisme ? Patagonia y travaille en affirmant sa raison d'être : "l'entreprise existe pour sauver la planète" - et non pas pour vendre le plus de produits possible.

#Cohérence #Aspiration Nous arrivons à un moment où les personnes veulent retrouver un alignement entre leur vie professionnelle, leurs pensées et leurs convictions : une cohérence.

#Hybridation #Biomimétisme Le futur sera hybride. Il va falloir inventer des matériaux, trouver des solutions : upcycler, recycler, imaginer des façons de créer autrement. Les créations intéressantes naîtront de l'hybridation entre des expertises combinées. De nombreux jeunes diplômés d'écoles de design ou d'arts appliqués montent des collectifs : expertises en design, sciences et communication se croisent à l'inter-

#Imaginer #Paradigme #Changement Nous sommes en mutation. Il est compliqué de quitter un paradigme pour aller vers un autre. Cela ne se fait pas sans dégâts. Depuis toujours, nous autres, êtres humains, sommes programmés pour ne pas aimer le changement. Dès qu'une différence surgit, notre cerveau ancestral le remarque. Et nous paniquons. Le changement est anxiogène. On ne nous dit jamais à l'école qu'en changeant nous pouvons gagner.

section de la biologie, la philosophie, la sociologie et la créativité pure. Ce qui est à l'œuvre avec le biomimétisme est passionnant.

#SavoirFaire #Lin #Tradition Le passé peut nous inspirer. En France, renaissent des savoir-faire anciens à l'image de la filature du lin qui avait disparu. La technologie peut se combiner avec des savoir-faire anciens pour innover.

#Complexité #Métier #Responsabilité Un défi : embrasser la complexité du monde et celle de son métier de créateur. Cela signifie se questionner sur toute la chaîne de production de ses produits. A présent, un designer a des responsabilités. Il doit se poser la question de l'impact des matières utilisées.

#Esthétique #Cohérence Nous ne vivons plus à une époque où nous pouvons faire de l'esthétique pour faire de l'esthétique. Il faut une création qui ait du sens, de la cohérence. Qui soit alignée.

#Matières #Recyclage Aujourd'hui, les matières qui composent les vêtements - quand ce n'est pas du 100% polyester - regroupent trois ou cinq matières à la fois. Et l'on ne sait pas comment recycler ces matières-là.

#Contraintes #Créativité Pour les gens créatifs, les contraintes sont source de créativité. Il faut arrêter de voir les contraintes comme castratrices. Penser à son métier de designer ainsi : "Je dessine et je veux voir en 3D ce que j'ai dessiné, et je me fiche de savoir d'où vient le fil, comment il a été teint, qui l'a tissé, qui l'a cousu, qui va le porter, comment il va finir" : ce n'est plus possible.

#Vêtement #Profondeur L'image ne suffit pas : c'est la surface. Nous avons besoin de la profondeur, de nous intéresser de nouveau au vêtement et d'arrêter de se passionner pour la mode. S'intéresser au beau vêtement : celui qui te va bien. Alors, tu n'as pas envie de changer de pantalon tous les six mois.

...
**MANIFESTO
FOR
A
CLEAN
FASHION**

#Politique #GesteCréatif #Artisanat

Le geste créatif décoratif est inintéressant. Celui qui est politiquement engagé est intéressant. Le geste créatif qui est aligné est intéressant. Le geste créatif qui est compris, vécu et transmis, est intéressant. Pourquoi aujourd'hui s'intéresse-t-on autant à l'artisanat, aux savoir-faire ? Parce ce sont des gestes créatifs dotés d'une vérité.

#Styliste

Une personne qui veut travailler dans la mode ne peut pas se revendiquer "styliste". D'autres casquettes sont nécessaires : la passion des matières, un minimum de compréhension de la biologie, des humanités, de la psychologie et de la sociologie. Connaître l'histoire de la mode ne suffit pas.

#ÉcoleDeMode

Aujourd'hui, c'est aux étudiants de réclamer au corps professoral et à la direction de leur école de mode des cours sur ces sujets brûlants. Cela ne les empêche pas de se former par eux-mêmes grâce à des ressources sur le web notamment.

#Cohérence #SeLancer

Pour une marque de mode qui voudrait s'inscrire dans la durabilité, il n'y a pas un sujet à traiter en priorité. La marque doit être cohérente. C'est un ensemble d'actions à entreprendre simultanément, pas à pas.

#Futur #ÉconomieCirculaire #Apprendre

L'économie circulaire, c'est nouveau. Il faut accepter d'avancer, d'essayer, de se tromper et de rectifier la direction. La Fondation Ellen MacArthur propose des formations pour comprendre comment passer de l'économie linéaire à l'économie circulaire.

#Écoconception #MustDo #Apprendre

... MANIFESTO FOR A CLEAN FASHION

Apprendre l'écoconception : dès le début du projet, se poser un ensemble de questions et trouver un ensemble de réponses. Cela ne veut pas dire que tout sera parfait du jour au lendemain.

#Décroissance #Consommation

C'est entendu comme un gros mot, mais il va surgir : le moment où il va falloir aller vers une décroissance, c'est-à-dire consommer moins.

#ImaginaireCollectif #Surconsommation

Véhiculer un imaginaire collectif différent : tu peux porter la même robe plusieurs fois, le même manteau trois hivers de suite ; faire les magasins et acheter des choses dont on n'a pas besoin avec de l'argent que l'on n'a pas, ce n'est pas un but en soi.

#FastFashion #Honte

Dans les pays scandinaves, après la honte de prendre l'avion, des marques comme H&M redoutent la honte de l'achat de leurs produits de fast fashion.

#Mutation #Optimisme

Susciter l'intérêt pour le changement et les modifications : en faire nos alliés. La question de la durabilité dans la mode est éminemment politique, ce n'est pas un gros mot. L'action politique renvoie à un engagement. Nous vivons à une époque de mutations intéressantes propices aux inventions.

#InnovationFrugale

Des clés nous sont données par "l'innovation frugale" théorisée par Navi Radjou : faire plus avec moins. L'innovation ne signifie pas forcément un plus grand usage des technologies et des matières. Une innovation avec une économie de moyens peut exister. Un peu à l'image de la philosophie de vie à l'origine de la permaculture : sur une superficie restreinte, en cultivant la cohabitation et l'hybridation entre les écosystèmes de chaque élément, en acceptant la complexité d'interactions fécondes, nous parvenons à de meilleures réalisations.